



# SOBRIÉTÉ EN EMBALLAGES ALIMENTAIRES

Développement du vrac et autres pistes  
d'actions

AVIS 88



L'ensemble de cet avis a été adopté par le CNA plénier en scrutin public le 7 juillet 2021 par 42 voix pour, 2 contre et 2 abstentions.

# Le Conseil national de l'alimentation

---

## *Le Conseil National de l'Alimentation est une instance consultative indépendante*

Le CNA est une instance consultative indépendante, placée auprès des ministres chargés de l'environnement, de la santé, de la consommation et de l'agriculture. C'est un outil d'aide à la décision publique. Il est consulté sur la définition des politiques publiques de l'alimentation et émet des avis à l'attention des décideurs publics et des différents acteurs de la filière alimentaire sur des sujets tels que la qualité des denrées alimentaires, l'information des consommateurs, l'adaptation de la consommation aux besoins nutritionnels, la sécurité sanitaire, l'accès à l'alimentation, la prévention des crises, etc.

## *« Parlement de l'alimentation », le CNA organise la concertation entre acteurs de la filière alimentaire et le débat public*

Positionné comme un « parlement de l'alimentation », le CNA développe depuis plus de 35 ans un processus de concertation intégrant les préoccupations des filières et de la société civile. Réalités du monde professionnel et attentes des consommateurs entrent ainsi en compte dans les débats.

Répartis en 8 collèges, ses 63 membres nommés représentent les principaux acteurs de la filière alimentaire : producteurs agricoles, transformateurs et artisans, distributeurs, restaurateurs, associations de consommateurs et d'usagers des systèmes de santé, de protection de l'environnement, de protection animale, d'aide alimentaire, syndicats de salariés, ainsi que des personnalités qualifiées. Les établissements publics de recherche et d'évaluation scientifique ainsi que les collectivités territoriales sont également membres de droit du CNA. Assistent de plein droit aux travaux les représentants des ministères concernés. Le CNA est également mandaté pour organiser le débat public dans le cadre de la politique publique de l'alimentation. Le CNA est actuellement présidé par M. Guillaume Garot, député de la Mayenne et ancien ministre délégué à l'agroalimentaire.

## *Le CNA bénéficie d'une gouvernance interministérielle*

Une gouvernance interministérielle est définie dans le règlement intérieur du CNA et découle de sa définition réglementaire. Ainsi, les quatre ministères de rattachement du CNA participent aux travaux d'élaboration des avis du CNA afin d'apporter un éclairage et une expertise. Lors du vote des avis, l'administration ne prend pas part aux votes. De fait, les ministères n'entendent donner aucune approbation ni improbation aux opinions et recommandations émises dans cet avis. Celles-ci doivent être considérées comme propres à leur auteur, c'est-à-dire au CNA plénier. Le Gouvernement n'est pas lié aux avis du CNA.

## *Le CNA émet des avis et des recommandations*

Le CNA peut être saisi par un de ses ministères de rattachement, par toute autre instance consultative placée auprès de l'État ou de l'un de ses établissements publics, par un des collèges qui le constituent ou encore par son Président. La concertation organisée par le CNA vise ainsi à émettre des recommandations. Un avis du CNA est une œuvre collective, résultant de la participation des membres d'un groupe de concertation du CNA et du secrétariat interministériel. Il est rendu public une fois adopté en séance plénière du CNA. Il est destiné aux acteurs de l'alimentation, en particulier aux pouvoirs publics, afin d'enrichir la décision publique et intégrer les opinions des différentes parties prenantes. Tous les avis du CNA sont consultables et téléchargeables sur le site [www.cna-alimentation.fr](http://www.cna-alimentation.fr)

### ★ Résumé

Le CNA a été saisi par ses ministères de rattachement sur la question des emballages alimentaires. Il a rendu deux premiers avis sur les emballages plastiques des fruits et légumes<sup>1</sup> et sur la substitution des contenants plastiques en restauration collective<sup>2</sup>. Le présent avis vient éclairer les décideurs sur la question plus générale de la **sobriété en emballages alimentaires**, en particulier à travers l'exemple **de la vente en vrac et de son développement**.

Le CNA propose dans ce nouvel avis des recommandations précises sur le développement de la vente en vrac ainsi que des pistes de recommandations sur la sobriété en emballages en général.

Concernant la vente en vrac, l'ambition doit être :

- de **réduire la consommation des emballages** les plus défavorables pour l'environnement au cours de leur cycle de vie, tout en maîtrisant les risques sanitaires et en préservant l'information des consommateurs,
- de **révolutionner les mentalités et les pratiques** afin d'opérer le changement d'échelle attendu dans le développement de la vente en vrac,
- de mettre en œuvre des modalités de fonctionnement de la vente en vrac qui permettent **d'aboutir à de réels avantages en matière de préservation de l'environnement et de lutte contre le gaspillage alimentaire**.

Pour y répondre, le CNA propose de s'appuyer sur une information et une sensibilisation des consommateurs, de s'assurer de la mobilisation de tous les acteurs de la chaîne alimentaire et de l'Etat et que le vrac soit économiquement accessible à qualité équivalente, ainsi que d'évaluer l'impact des différentes modalités de vente en vrac sur le gaspillage alimentaire. Le CNA fait ainsi un ensemble de recommandations opérationnelles pour décliner ces objectifs.

Cet avis a par ailleurs fait l'objet de l'expérimentation d'un dispositif de **participation citoyenne** ; un certain nombre de recommandations du CNA viennent ainsi s'appuyer sur des propositions citoyennes.

### ★ Mots clés

Emballages, alimentation, vrac, réemploi, réutilisation, écoconception, participation citoyenne

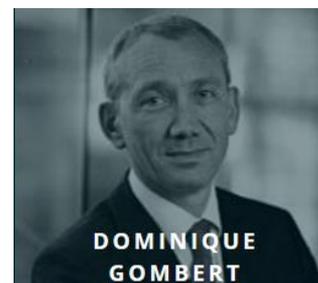
---

<sup>1</sup> Avis 86 du CNA : Fruits et légumes pouvant être exemptés de l'interdiction de présentation dans des emballages plastiques.

<sup>2</sup> Avis 87 du CNA : Substitution des contenants composés de plastique en restauration collective.

### ✦ Président du groupe de concertation

Dominique Gombert



### ✦ Secrétariat interministériel du CNA

Sylvie Vareille

*Secrétaire interministérielle du CNA*



Margaux Denis

*Responsable de concertations, adjointe à la secrétaire interministérielle du CNA*



Chloé Abeel

*Chargée de mission participation citoyenne*



Erika Cardona

*Stagiaire sur la participation citoyenne*



|   |           |
|---|-----------|
| <b>Partie I – Chapitre introductif</b> .....  | <b>6</b>  |
| <b>1. Contexte de travail</b> .....   | <b>6</b>  |
| 1.1. Contexte général de travail .....  | <b>6</b>  |
| 1.2. Contexte spécifique lié à la crise Covid-19.....   | <b>6</b>  |
| 1.3. Cadre réglementaire et législatif .....  | <b>7</b>  |
| 1.4. Engagements volontaires des acteurs .....  | <b>10</b> |
| 1.5. Saisine et mandat du groupe de concertation.....   | <b>10</b> |
| 1.6. Pilotage et composition du groupe de concertation .....  | <b>11</b> |
| 1.7. Participation citoyenne .....  | <b>11</b> |
| <b>2. Définitions et périmètre</b> .....  | <b>13</b> |
| 2.1. Définitions .....  | <b>13</b> |
| 2.2. Périmètre .....  | <b>14</b> |
| <b>3. Enjeux</b> .....  | <b>14</b> |
| 3.1. Enjeux de la sobriété en emballages alimentaires .....   | <b>14</b> |
| 3.2. Enjeux spécifiques du vrac .....   | <b>18</b> |
| <b>Partie II - Constats et questionnements</b> .....  | <b>21</b> |
| <b>1. Constats</b> .....  | <b>21</b> |
| 1.1. Ambitions générales .....  | <b>21</b> |
| 1.2. Le vrac .....  | <b>21</b> |
| <b>2. Freins et leviers au développement du vrac identifiés par le CNA.....</b>                       | <b>22</b> |
| <b>Partie III – Recommandations concernant le vrac</b> .....  | <b>25</b> |
| <b>1. Ambitions partagées</b> .....   | <b>25</b> |
| <b>2. Leviers</b> .....   | <b>25</b> |
| <b>3. Recommandations</b> .....   | <b>26</b> |
| <b>Partie IV – Initiatives sur le réemploi et la réutilisation et pistes de recommandations</b> ..... | <b>32</b> |
| <b>Annexes</b> .....  | <b>36</b> |

## 1. Contexte de travail

### 1.1. Contexte général de travail

Le CNA a été saisi par ses ministères de rattachement pour mener une réflexion autour de différentes questions relatives aux emballages alimentaires. Le mandat du groupe de concertation « Emballages alimentaires », présenté en annexe 3, a été adopté par le CNA le 17 juin 2019. La lettre de cadrage, en annexe 4, a été adoptée le 29 janvier 2020 sous réserve d'adapter le calendrier de travail.

Le groupe de concertation a débuté ses travaux le 5 février 2020. Il a focalisé ses travaux sur trois thématiques aux échéances et aux enjeux distincts :

- (1) la liste des exemptions relatives aux emballages plastiques pour les fruits et légumes prévue par la loi AGECE [objet de l'avis n°86 du CNA adopté le 30 septembre 2020<sup>3</sup>]
- (2) la substitution des contenants alimentaires composés de plastique dans certains usages et certains secteurs de la restauration collective telle que prévue par les lois « Egalim » et « Agec » [objet de l'avis n°87 du CNA adopté le 10 mars 2021<sup>4</sup>]
- (3) la sobriété en emballages alimentaires en général, et plus particulièrement la question du vrac [objet du présent avis].

En raison du contexte lié à la crise du Covid-19, le groupe de concertation s'est uniquement réuni par visioconférence à partir d'avril 2020. La troisième partie des travaux sur la sobriété en emballages a été réalisée entre janvier et juin 2021 et fait l'objet du présent avis.

### 1.2. Contexte spécifique lié à la crise Covid-19

Depuis mars 2020, le secteur de l'alimentation subit une crise sanitaire, économique et sociale sans précédent. Les impacts structurels, logistiques et sociaux de la crise ne peuvent être pleinement mesurés à ce jour et auront des répercussions variables mais potentiellement majeures sur ces secteurs d'activité.

En réponse à la crise économique engendrée par la crise sanitaire, le Gouvernement met en œuvre un Plan de relance de 100 milliards d'euros (dont 40 milliards d'euros de la part de l'Union européenne) pour 2 ans (2021 et 2022). Le plan comporte des volets « transition agricole, alimentation et forêt » et « économie circulaire » dont certains peuvent financer des projets en lien avec les emballages.

La première période de confinement national en 2020 a vu exploser l'utilisation d'emballages alimentaires<sup>5</sup> jetables dans la distribution en lien avec une crainte du virus, encore très mal connu (ex : cellophane, sacs plastiques...), ainsi que dans la restauration pour la vente à emporter. La vente en vrac a par ailleurs subi une baisse, qui s'est aussi expliquée par des raisons logistiques (périmètre d'accès au magasin, rayon fermé, etc.). Les ventes sont depuis reparties à la hausse<sup>6</sup> et reviennent quasiment au niveau d'avant-crise, même si la crise sanitaire n'est toujours pas achevée.

---

<sup>3</sup> [Avis n°86 « Fruits et légumes pouvant être exemptés de l'interdiction de présentation dans des emballages plastiques ».](#)

<sup>4</sup> [Avis n°87 « Substitution des contenants composés de plastique en restauration collective »](#)

<sup>5</sup> [Voir notamment, pour les emballages plastiques, les résultats de l'enquête Elipso auprès de ses adhérents pour mesurer l'impact de la crise du COVID-19 sur l'activité de la filière.](#)

<sup>6</sup> Selon les données de Réseau Vrac.

### 1.3. Cadre réglementaire et législatif

À l'**échelle européenne**, un ensemble d'exigences juridiques garantit la sécurité et l'utilisation des « matériaux destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires » (MDCA). Le règlement européen (CE) n°1935/2004 définit les principes généraux de sécurité et d'inertie concernant les MCDA. Les exigences générales relatives aux MDCA sont ainsi harmonisées au niveau européen. Ce règlement distingue 17 catégories de matériaux pouvant entrer en contact avec des aliments parmi lesquels figurent les matières plastiques, les papiers et cartons, le verre, etc. En l'absence de législation spécifique à l'échelle européenne, les États membres peuvent mettre en place des mesures nationales. Par exemple, il n'existe aucune mesure européenne spécifique concernant le papier, le carton, le métal et le verre.

La Directive européenne 2019/904 du 5 juin 2019 relative à la réduction d'incidence de certains produits en plastique sur l'environnement prévoit :

- l'interdiction de la mise sur le marché de certains produits en plastique à usage unique à compter du 3 juillet 2021 ;
- des mesures à prendre par les États membres pour réduire significativement la consommation de plastique à usage unique d'ici 2026 (via des incitations économiques, des restrictions de marché, etc.) ;
- un marquage de certains produits pour informer les consommateurs (certains produits contenant du plastique, gestion appropriée du déchet, impact sur l'environnement en cas d'abandon) ;
- des objectifs de collecte de bouteilles de boissons en plastique à usage unique et de leurs bouchons (77 % en 2025, 90 % en 2029) ;
- des mesures d'éco-conception pour les bouteilles de boissons : incorporation de matière recyclée (au moins 25 % en 2025 pour le PET puis 30 % en 2030 pour toutes les bouteilles), bouchons solidaires des bouteilles en plastiques et des emballages composites en 2024 ;
- le renforcement des filières à responsabilité élargie du producteur (couverture des coûts étendue aux opérations de sensibilisation et de nettoyage des déchets abandonnés) et le déploiement de nouvelles filières.

Ces différentes mesures concernent certains produits d'emballage.

À l'**échelle nationale**, deux lois comportent des dispositions relatives à la réduction des emballages : la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable (loi dite « Egalim ») et la loi anti-Gaspillage pour une économie circulaire (loi dite « Agec »). Les emballages sont également soumis à la réglementation des matériaux au contact des denrées alimentaires<sup>7</sup>.

#### ✦ Loi « Egalim »

Le titre II de la loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine, durable et accessible à tous<sup>8</sup>, ou « loi Egalim », vise à permettre l'accès pour tous à une alimentation saine, de qualité et durable.

Cette loi prévoit les dispositions suivantes relatives aux emballages alimentaires :

- Au plus tard le 1er janvier 2020, il est mis fin à l'utilisation de bouteilles d'eau plate en plastique dans le cadre des services de restauration collective scolaire.
- Dès 2025, l'interdiction du plastique dans les contenants alimentaires de cuisson ou de réchauffe

<sup>7</sup> Voir la fiche de la DGCCRF : [Fiche générale relative à la réglementation des matériaux au contact des denrées alimentaires](#)  
<sup>8</sup> [www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037547946](http://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000037547946)

en restauration scolaire notamment.

### ✦ Loi « Agec »

La loi anti-gaspillage pour une économie circulaire ou « loi Agec » vient renforcer depuis le 10 février 2020 le cadre réglementaire relatif à la maîtrise des déchets de toutes natures. Elle entend accélérer le changement de modèle de production et de consommation afin de limiter les déchets et préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat.

Elle prévoit notamment :

- De tendre vers l'objectif de 100 % de plastique recyclé d'ici le 1<sup>er</sup> janvier 2025 (Article 5) ;
- La sortie des emballages plastiques à usage unique à horizon 2040 : stratégie nationale et objectifs quinquennaux associés (réduction, réutilisation-réemploi, recyclage) (article 7) ; Le décret dit « 3R » relatif aux objectifs de réduction, de réemploi et de réutilisation, et de recyclage des emballages en plastique à usage unique pour la période 2021-2025 a été publié le 29 avril 2021 ;
- Des interdictions visant certaines catégories de produits en plastique à usage unique et certains usages (2020-2026) ;
- Une trajectoire nationale pour augmenter la part des emballages réutilisés et réemployés mis sur le marché avec un objectif de 5 % en 2023 et 10 % en 2027 (article 9). Un projet de décret relatif à la proportion minimale d'emballages réemployés à mettre sur le marché annuellement est en cours de rédaction ;
- Des dispositions spécifiques applicables à la filière à responsabilité élargie des producteurs (REP) emballages, ainsi que son élargissement au domaine CHF (Cafés Hôtellerie Restauration) ;
- Une prise de décision à partir de 2023 sur les modalités de mise en œuvre d'une éventuelle consigne pour le recyclage et/ou le réemploi ;
- Une interdiction de tous les objets en plastique oxo-dégradable ;
- La fin de l'utilisation de gobelets, couverts, assiettes et récipients à usage unique dans le cadre des services de portage quotidien de repas à domicile à compter du 1er janvier 2022 (article 77)<sup>9</sup> ;
- La restauration, notamment rapide, devra, dès le 1er janvier 2023, utiliser de la vaisselle réutilisable pour les repas et les boissons servis sur place (gobelets, couvercles, assiettes, récipients, couverts).
- La création d'un observatoire du réemploi et de la réutilisation (article 9) ;
- L'obligation pour les éco-organismes des filières emballages ménagers, restauration et déchets d'emballages industriels et commerciaux de définir des gammes standards d'emballages réemployables pour les secteurs de la restauration, produits frais, boissons ;
- Une définition de la vente en vrac (chapitre du code de la consommation « pratique commerciale encouragée ») voir page 13 ;
- Le droit pour tous les produits d'être vendus en vrac sauf motif de santé publique ;
- Le droit pour les consommateurs d'utiliser des contenants réutilisables ou réemployables, personnels ou fournis par le commerçant, lors de l'achat dans la mesure où ce dernier est visiblement propre et adapté à la nature du produit acheté (article 41) ;
- L'application d'une réduction pour le consommateur qui achète une boisson à emporter dans un contenant personnel réutilisable (article 42) ;
- L'obligation pour les commerces (surface de vente supérieure à 400m<sup>2</sup>) de mise à disposition de

---

<sup>9</sup> Le Décret n° 2020-1828 du 31 décembre 2020 définit les conditions d'application de cette interdiction.

contenants réemployables ou réutilisables, propres (prêts à l'emploi), gratuitement ou non.

Le décret n°2021-517 du 29 avril 2021 relatif aux objectifs de réduction, de réutilisation et de réemploi, et de recyclage des emballages en plastique à usage unique pour la période 2021-2025<sup>10</sup> dit « décret 3R » a été publié en avril 2021. Il mentionne les dispositifs de vente en vrac comme une des solutions pour atteindre les objectifs fixés.

La loi Agec mentionne ainsi trois solutions de prévention des emballages :

- Le vrac (Art.41) ;
- Le réemploi (Art.9) ;
- L'écoconception (Art.72).

### ✦ **Projet de Loi « Climat et résilience »**

Issu des travaux de la Convention citoyenne pour le climat, le projet de loi portant lutte contre le dérèglement climatique et le renforcement de la résilience face à ses effets (ou loi « Climat et résilience ») a été adopté en première lecture à l'Assemblée nationale le mardi 4 mai 2021. Les dispositions sont donc provisoires au moment de la rédaction du présent avis.

Le texte adopté à l'Assemblée nationale fixe, pour les commerces de plus de 400 m<sup>2</sup>, une obligation normative de minimum 20 % des surfaces de vente consacrées à la vente en vrac ou d'un dispositif d'effet équivalent exprimé en nombre de références ou en proportion du chiffre d'affaires.

Le texte prévoit également une adaptation par voie réglementaire dans le but de tenir compte de la spécificité des filières, des produits et des réseaux de distribution dont le potentiel de développement du vrac est hétérogène.

La rédaction de l'article 11 issue des travaux à l'Assemblée nationale élargit par ailleurs la définition de la vente en vrac de l'article L. 120-1 du code de la consommation pour inclure le service assisté dans les commerces sédentaires. Dans sa rédaction actuelle, la définition de la vente en vrac restreint en effet le recours à la vente assistée aux points de vente ambulants (épiceries ambulantes, vendeurs sur les marchés, ...) et exclut *de facto* la possibilité de considérer la vente assistée dans les points de vente sédentaires (boucheries, fromageries, charcuteries, ...) comme de la vente en vrac. Cette nouvelle définition de la vente en vrac, plus large, donc favorable au développement de la vente en vrac, permettra d'y inclure la vente assistée dans des points de vente non ambulants. La vente assistée est par ailleurs une modalité de vente préconisée pour assurer l'hygiène ou la sécurité de certains produits et qui doit pouvoir être mise en œuvre dans tous les types de commerces souhaitant vendre des produits sans emballages.

L'article 11 du projet de loi tel qu'adopté à l'Assemblée nationale précise enfin les modalités de l'action des pouvoirs publics dans l'accompagnement du développement de la vente en vrac en marquant l'engagement du Gouvernement dans l'accompagnement du développement de la vente en vrac.

L'article 12 précise la possibilité de mise en place de dispositifs de consigne pour réemploi sur les emballages en verre.

Si la définition de la **vente en vrac** proposée par le projet de loi était adoptée en l'état, elle serait ainsi : « la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté. Elle peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance ».

---

<sup>10</sup> [https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=4x\\_4vtEQTdyi35pZNPtZB9\\_qRqcUA3qn9Cpuf\\_2cwJA=](https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=4x_4vtEQTdyi35pZNPtZB9_qRqcUA3qn9Cpuf_2cwJA=)

## ★ Code de la consommation

### Article L. 120-1 du Code de la consommation :

« La vente en vrac se définit comme la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté dans les points de vente ambulants. Elle peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance<sup>11</sup> ».

« Tout produit de consommation courante peut être vendu en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé publique. La liste des exceptions est fixée par décret. ».

### Article L. 120-2 du Code de la consommation :

« Dans les commerces de vente au détail, le contenant réutilisable peut être fourni par le détaillant sur le lieu de vente ou être apporté par le consommateur. Tout consommateur final peut demander à être servi dans un contenant apporté par ses soins, dans la mesure où ce dernier est visiblement propre et adapté à la nature du produit acheté. Un affichage en magasin informe le consommateur final sur les règles de nettoyage et d'aptitude des contenants réutilisables. Dans ce cas, le consommateur est responsable de l'hygiène et de l'aptitude du contenant. Le commerçant peut refuser le service si le contenant proposé est manifestement sale ou inadapté. »

### Article L. 112-9 du Code de la consommation :

« Les commerces de vente au détail disposant d'une surface de vente supérieure à 400 mètres carrés s'assurent que des contenants réemployables ou réutilisables propres, se substituant aux emballages à usage unique, sont mis à la disposition du consommateur final, à titre gratuit ou onéreux, dans le cadre de la vente de produits présentés sans emballage. »

## 1.4. Engagements volontaires des acteurs

Plusieurs acteurs de l'alimentation sont engagés dans une réduction de l'utilisation de certains emballages. Si cet avis n'a pas vocation à en dresser une liste exhaustive, quelques exemples récents et reconnus par les pouvoirs publics peuvent être soulignés :

- Pacte national sur les emballages plastiques de février 2019<sup>12</sup> ;
- Les acteurs de la restauration livrée se sont engagés en février 2021 à réduire l'utilisation du plastique dans leurs emballages et à tester des modèles de réemploi<sup>13</sup>.

## 1.5. Saisine et mandat du groupe de concertation

Le CNA a été saisi par ses quatre ministères de rattachement sur la thématique des emballages alimentaires. Le mandat du groupe de concertation adopté par le CNA plénier (en annexe 3) a été complété d'une lettre de cadrage (en annexe 4).

### Rappel des éléments de la lettre de cadrage concernant le présent avis

« Le groupe est chargé [...] de produire des recommandations opérationnelles, à destination des professionnels, des collectivités, des pouvoirs publics et des particuliers, pour réduire au maximum l'utilisation d'emballages et contenants alimentaires à la source, développer la fin de vie des emballages (filrière de tri spécifiques, recyclage...),

<sup>11</sup> Article L. 120-1 Code de la consommation

<sup>12</sup> [www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/2019.02.21\\_Pacte\\_National\\_emballages\\_plastiques.pdf](http://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/2019.02.21_Pacte_National_emballages_plastiques.pdf)

<sup>13</sup> [Charte d'engagement Réduction de l'impact environnemental des emballages et développement du réemploi dans le secteur de la restauration livrée.](#)

les adapter à la consommation, et proposer des solutions alternatives, respectueuses de l'environnement et de la santé humaine, en lien notamment avec les politiques publiques et les travaux législatifs récents (loi anti-gaspillage, loi EGALIM, SNPE2, PNSE4). »

« Vous intégrerez à vos travaux [...] une réflexion globale pour accompagner les acteurs publics et privés dans une trajectoire de réduction de l'utilisation de certains emballages ou contenants alimentaires dans le secteur de la distribution. Cette réflexion s'accompagnera d'une vision globale du cycle de vie des emballages ne pouvant être supprimés (de la fabrication à la fin de vie du produit). Il vous appartiendra de préciser une méthodologie, qui s'appuiera sur des études de cas par produit type (gâteaux secs et confiserie, céréales, etc.) ou par filière. Vous proposerez une modélisation du(es) couple(s) filière/produit retenu(s), telle que décrite ci-dessous, afin de poser un diagnostic, identifiant les points critiques générateurs de surconsommation d'emballage ou relatifs à des risques sanitaires ainsi que les solutions pour les maîtriser. »

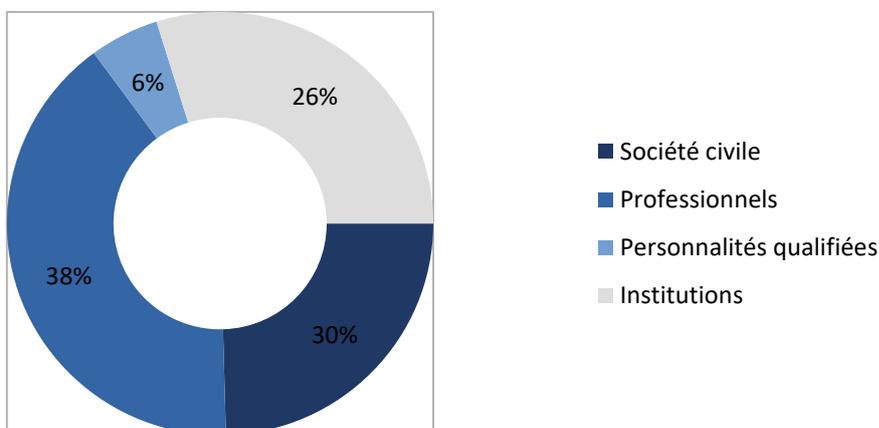
## 1.5. Pilotage et composition du groupe de concertation

La présidence du groupe de concertation a été assurée par M. Dominique Gombert. Il a régulièrement rendu compte de l'état d'avancement des travaux du groupe devant le CNA plénier.

Pour préparer et enrichir les débats permettant l'élaboration des recommandations, le groupe a conduit différentes auditions d'experts et de porteurs d'initiatives permettant d'identifier et d'approfondir les enjeux relatifs aux emballages. Ces auditions sont listées en annexe 5.

Le travail de coordination et de suivi a été assuré par le secrétariat interministériel du CNA, rapporteur des travaux. La composition précise du groupe de concertation figure en annexe 2.

Répartition des membres du groupe de concertation



## 1.6. Participation citoyenne

### ✦ Articulation du groupe de concertation à un dispositif de participation citoyenne

Le groupe de concertation a travaillé en adossant ses travaux à un dispositif de participation citoyenne dans l'objectif d'enrichir ses débats d'expressions citoyennes et de propositions sur le sujet de la sobriété en emballages alimentaires. Il s'agit d'un mécanisme nouveau mis en place par le CNA en référence à la

mission d'organisation de débats citoyens<sup>14</sup> de l'instance. Le CNA a bénéficié de l'appui de la Commission Nationale du Débat Public tout au long de la démarche.

Le dispositif participatif a été piloté par une instance ad hoc appelée « cellule de la participation citoyenne »<sup>15</sup>. Il était composé de 2 outils participatifs :

- Un outil dit de « mini-public », reposant sur la mise en conditions idéales de délibération d'un panel de citoyens tirés au sort et représentatifs de la diversité de la société française (panel citoyen) ;
- Un outil plus ouvert, reposant sur la participation spontanée de citoyens à un débat plus court et traitant d'une question plus large sur la réduction des emballages alimentaires (ateliers exploratoires) ;

Le panel citoyen était particulièrement centré sur la question de la vente en vrac tandis que les ateliers exploratoires<sup>16</sup> portaient de façon plus large sur la sobriété en emballages alimentaires. La présentation des résultats issus de ce dispositif a été faite au groupe au moment du lancement de ses réflexions sur la sobriété des emballages. Le groupe de concertation a été régulièrement informé des travaux relatifs à la participation citoyenne ; il a notamment été sollicité sur les documents d'information et de cadrage relatifs à la question des emballages alimentaires portés à la connaissance des citoyens préalablement à leurs travaux. Le fonctionnement et les résultats de ce dispositif sont détaillés dans le document de réponse aux citoyens<sup>17</sup> associé à la publication du présent avis.

### ✦ Réponse du groupe de concertation aux propositions des citoyens

*Question posée aux membres du panel citoyen*

« Développer le vrac pour réduire les emballages alimentaires, comment, à quelles conditions ? »

\*

*Question posée aux participants des ateliers exploratoires*

« Emballages alimentaires : comment faire moins et mieux ? »

Dans le cadre de l'adhésion du CNA à la Charte de la Participation du Public, les membres du groupe de concertation se sont engagés à apporter des réponses aux propositions formulées par les citoyens.

Les 96 propositions ont ainsi été catégorisées et analysées par le groupe de concertation. Pour chacune des propositions, le groupe a proposé une catégorie de réponse<sup>18</sup> assortie d'éléments de précision. Ces réponses sont consultables en annexes 6 et 7 du présent avis.

Les recommandations du CNA issues du travail d'analyse de ces propositions citoyennes sont associées à des pictogrammes dans la partie recommandations page 25. Ces pictogrammes permettent ainsi de faire ressortir les points partagés par les parties prenantes et les citoyens mais aussi les recommandations supplémentaires que les membres ont formulées suite au travail d'analyse des propositions citoyennes.

### ✦ Retour d'expérience

S'agissant d'une expérimentation de recours à la participation citoyenne, un retour d'expérience est conduit dans le cadre de la rédaction du présent avis. Il a notamment pour objectif d'identifier les forces et les

<sup>14</sup> Loi n°2014-1170 du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt (LAAAF).

<sup>15</sup> Tel que prévu par le guide méthodologique de la participation citoyenne au CNA.

<sup>16</sup> 3 ateliers exploratoires ont été organisés au total.

<sup>17</sup> Participation de citoyens aux travaux du CNA sur les emballages alimentaires - [Document de réponse aux citoyens](#)

<sup>18</sup> 7 catégories de réponse ont émergé : « accord du groupe », « accord partiel du groupe », « cela existe déjà », « proposition représentant une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique », « le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner », « cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe », « le groupe est en désaccord avec cette proposition ».

faiblesses de l'expérimentation dans le but d'ajuster la méthodologie de la participation citoyenne du CNA, en vue de recours ultérieurs à cette approche.

## 2. Définitions et périmètre

### 2.1. Définitions

On entend par :

- **Emballages** : tout objet, quelle que soit la nature des matériaux dont il est constitué, destiné à contenir et à protéger des marchandises, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles « à jeter » utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages<sup>19</sup>.
- **Vrac (au sens de la loi Agec)**: « la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté dans les points de vente ambulants. Elle peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance<sup>20</sup> ».

**Dans le présent avis, hors mentions contraires, le terme « vrac » est entendu au sens élargi, c'est à dire la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, quel que soit le mode de distribution.**

- **Denrée alimentaire préemballée**<sup>21</sup> : « unité de vente destinée à être présentée en l'état au consommateur final et aux collectivités, constituée par une denrée alimentaire et l'emballage dans lequel elle a été conditionnée avant sa présentation à la vente, que cet emballage la recouvre entièrement ou seulement partiellement, mais en tout cas de telle façon que le contenu ne puisse être modifié sans que l'emballage subisse une ouverture ou une modification; cette définition ne couvre pas les denrées emballées sur le lieu de vente à la demande du consommateur ou préemballées en vue de leur vente immédiate ».
- **Vente assistée** : vente reposant sur un service au consommateur effectué par le professionnel. Le client est servi par un professionnel qui peut par ailleurs le renseigner et le conseiller dans son choix. (ex : vente à la coupe...).
- **Vente en libre-service** : vente reposant sur un service effectué de façon autonome par le consommateur
- **Réemploi** : toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus<sup>22</sup>.
- **Réutilisation** : toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau<sup>23</sup>. (Par exemple, une bouteille de jus en verre réutilisée pour acheter de l'huile en vrac est considéré comme un contenant réutilisable.)
- **Recyclage** : toute opération de valorisation par laquelle les déchets, y compris les déchets organiques, sont retraités en substances, matières ou produits aux fins de leur fonction initiale ou

<sup>19</sup> Code de l'environnement (Livre V, titre IV, chapitre III, section 5, Article R543-43)

<sup>20</sup> Article L. 120-1 Code de la consommation

<sup>21</sup> Règlement INCO <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:fr:PDF>

<sup>22</sup> Article L541-1-1 du Code de l'environnement

<sup>23</sup> Article L541-1-1 du Code de l'environnement

à d'autres fins. Les opérations de valorisation énergétique des déchets, celles relatives à la conversion des déchets en combustible et les opérations de remblaiement ne peuvent pas être qualifiées d'opérations de recyclage<sup>24</sup>.

## 2.2. Périmètre

Cet avis traite de la question de la réduction des emballages et contenants dans le secteur de l'alimentation. Compte tenu de l'ampleur de la question posée, cet avis se focalise plus particulièrement sur la question de la vente en vrac. Néanmoins, il présente également des éléments de réflexion plus généraux relatifs à la sobriété en emballages et notamment sur le réemploi et l'écoconception qui pourront le cas échéant faire l'objet de saisines ultérieures du CNA, et qui s'inscrivent dans le cadre général de la saisine.

La fin de vie des emballages, notamment la question de la recyclabilité, du compostage, etc. n'a cependant pas été spécifiquement traitée dans cet avis.

## 3. Enjeux

### 3.1. Enjeux de la sobriété en emballages alimentaires

#### Chiffres clés

- En 2017, le marché mondial des **emballages alimentaires** représente environ **242,8 milliards d'euros**<sup>25</sup>.
- En 2015, l'Union Européenne a produit **15,88 millions de tonnes de déchets d'emballages plastiques** alimentaires et non alimentaires<sup>26</sup>, ce qui représente **31 kg par personne**.
- L'industrie française des emballages plastiques et souples représente 7,9 milliards de chiffre d'affaires en 2017. Elle emploie environ 38 000 collaborateurs<sup>27</sup>.
- En 2018, sur **13,22 millions de tonnes d'emballages mis sur le marché en France**, le papier-carton représente 38% des tonnages, le verre 22%, le bois 18%, le plastique 17% et le métal 4%. Parmi ces emballages, 5,1 millions de tonnes concernent les **emballages ménagers** mis en marché en 2019<sup>28</sup>.
- Le **secteur agroalimentaire** représente près de **68% du secteur d'activité des emballages plastiques**<sup>29</sup>.
- **20% du gisement de plastique** français correspond aux **emballages ménagers** en plastique<sup>30</sup>.
- La **part de l'emballage dans les émissions de gaz à effet de serre du couple produit/emballage** pour les produits alimentaires est de **5%**.<sup>31</sup>
- En France, un individu gaspille en moyenne 7 kilogrammes de produits alimentaires encore emballés par an<sup>32</sup>.



Le recours aux emballages est souvent nécessaire pour des raisons sanitaires (assurer la bonne

<sup>24</sup> Article L541-1-1 du Code de l'environnement

<sup>25</sup> Données All4Pack ([www.all4pack.fr/Media/Network-Passions/All-4-Pack-Medias/Fichiers/FicheMarche\\_Emballage\\_Monde](http://www.all4pack.fr/Media/Network-Passions/All-4-Pack-Medias/Fichiers/FicheMarche_Emballage_Monde))

<sup>26</sup> *European Commission: Changing the way we use plastic, Fact sheet.*

<sup>27</sup> Données Elipso 2017

<sup>28</sup> Rapport annuel Citéo 2019

<sup>29</sup> Données Elipso

<sup>30</sup> Rapport annuel Citéo 2019

<sup>31</sup> ADEME : *analyse de variabilité des données agribalyse 3.0*

<sup>32</sup> MODECOM - ADEME

conservation des denrées alimentaires, éviter des contaminations microbiologiques), logistiques (transporter et stocker les produits), d'information (informer le consommateur sur la composition des produits), de traçabilité et de marketing. Les emballages et leur cycle de vie constituent cependant une préoccupation environnementale de premier ordre. Le secteur alimentaire en est un utilisateur important, depuis la production primaire en amont, jusqu'au consommateur à l'aval. Ils peuvent, en particulier lorsqu'ils sont mal utilisés, être à l'origine de l'altération de la qualité ou de la sécurité des denrées alimentaires. Les emballages, en particulier ceux à usage unique, constituent également une source importante de déchets, qu'il convient de réduire au regard des préoccupations environnementales associées.

La sobriété, selon l'ADEME, est définie ainsi : « Dans un contexte où les ressources naturelles sont limitées, la sobriété consiste à nous questionner sur nos besoins et à les satisfaire en limitant leurs impacts sur l'environnement. Elle doit nous conduire à faire évoluer nos modes de production et de consommation et plus globalement nos modes de vie, à l'échelle individuelle et collective ».

La notion de « **sobriété en emballages** » englobe ainsi deux dimensions complémentaires :

- **Questionner leur présence et éviter l'utilisation des emballages dès que cela est possible.** Cela peut entraîner des réflexions sur les modes de consommation et de distribution (par exemple élargir la vente en vrac à de nouveaux secteurs) et conduire à réinterroger les fonctions de l'emballage ;
- **Réduire la quantité des emballages et leurs impacts environnementaux** tout en assurant leurs fonctions essentielles (éco-concevoir les emballages, les réemployer et/ou réutiliser, etc.).

### ★ Enjeux environnementaux

L'emballage peut présenter un intérêt de prolongation de la durée de vie du produit et donc de réduction du gaspillage alimentaire<sup>33</sup>. Il est nécessaire de coupler l'approche entre réduction de l'utilisation d'emballages et limitation du gaspillage alimentaire, en tenant compte notamment de la nature du produit, de son cycle de vie, de la nature de l'emballage. Plusieurs acteurs parlent ainsi de « juste emballage » : il s'agit de réduire ou supprimer certains emballages pouvant entraîner un risque de gaspillage alimentaire.

Les procédés de production des emballages conduisent inévitablement à des pressions sur l'environnement. Ils peuvent en effet être **coûteux en énergie** et mobiliser des **ressources naturelles** parfois non renouvelables. C'est le cas notamment des emballages en plastique (les plastiques « conventionnels » étant issus majoritairement du pétrole et les plastiques biosourcés impactant d'autres ressources naturelles). C'est également le cas du verre<sup>34</sup> lorsqu'il est issu du sable et, dans une certaine mesure, du papier/carton lorsqu'il provient de forêts qui ne sont pas gérées durablement.

La production de déchets d'emballages conduit à mettre en place des réseaux de collecte et des infrastructures de **gestion de ces déchets**, comme pour tout autre produit générateur de déchet. Le traitement des déchets a un impact environnemental (incinération, décharges, traitements, etc.<sup>35</sup>). Par ailleurs, s'ils ne sont pas correctement triés, collectés et valorisés, les déchets d'emballage représentent une source de **pollution de l'environnement** (dépôts sauvages, pollution des sols, du réseau hydrique et des océans par les déchets et des particules qui résultent de la fragmentation de ces déchets notamment les microplastiques, contamination des réseaux trophiques, etc.).

### ★ Enjeux sanitaires

---

<sup>33</sup> CNE et ADEME « [Contribution de l'emballage à la réduction du gaspillage alimentaire](#) »

<sup>34</sup> Le CNE précise qu'en France, le verre d'emballage est composé majoritairement de calcaire pour plus de 63 % voire 90 % pour certaines verreries (<https://conseil-emballage.org/emballages-et-economie-circulaire>)

<sup>35</sup> Une hiérarchie des traitements des déchets est prévue par l'article L541-1 du Code de l'environnement (tous les traitements n'ont pas le même impact environnemental).

L'emballage alimentaire doit permettre dans un cadre réglementaire précis d'assurer la sécurité sanitaire et la protection du produit. Il doit ainsi être conçu afin de prévenir tout **risque chimique** de migration vers la denrée (il doit être inerte et échanger le moins possible de substances chimiques avec la denrée) et **microbiologique** (il doit prévenir la contamination de la denrée). L'emballage doit également assurer la **protection physique du produit** : il constitue pour l'aliment une barrière physique contre les facteurs d'altération et de stress externes (O<sub>2</sub>, température, humidité, UV, etc.). Cette protection assurée par l'emballage doit intervenir **tout au long du cycle de vie du produit** et indépendamment des conditions extérieures (humidité, chaleur, altitude...).

Il permet aussi de conserver, depuis sa production jusqu'à sa consommation et indépendamment des conditions extérieures, l'ensemble des caractéristiques du produit :

- **chimiques** : la composition du produit ne doit pas se changer avec le temps ;
- **organoleptiques** : l'emballage permet de maintenir notamment le goût, l'odeur et la texture originels du produit et ne doit pas lui-même les modifier ;
- **nutritionnelles** : par exemple les quantités de lipides ou de glucides, doivent être identiques au moment de sa production et lors de sa consommation.

Les migrations depuis les emballages en plastique sont encadrées par la réglementation européenne relative au contact alimentaire. Cependant, la mauvaise utilisation des emballages par rapport à l'utilisation prévue peuvent avoir pour conséquence l'exposition à une certaine quantité de leurs composants<sup>36</sup>, potentiellement toxiques pour la santé humaine (par exemple les microplastiques ou les huiles minérales).

L'emballage joue par ailleurs un rôle sur la taille de la portion proposée et donc sur la **quantité de produit consommée**, ce qui constitue un élément majeur de **l'équilibre alimentaire** et donc de la santé. La portion unitaire proposée par certains emballages doit permettre de guider le consommateur sur les apports nutritionnels recommandés. L'augmentation de la taille des portions peut jouer notamment sur le surpoids, l'obésité et les maladies chroniques<sup>37</sup>. En effet, on consomme en moyenne entre 80 et 91 % de la portion servie, quelle que soit sa taille<sup>38</sup>.

Les **pollutions environnementales** liées aux déchets issus d'emballages alimentaires peuvent également avoir un impact sur la santé humaine (liens santé environnementale – santé humaine, qui renvoient à la notion plus générale d'« Une Seule Santé » ou *One Health*).

## ✦ Enjeux économiques

Le secteur des emballages intéresse de **nombreux emplois et investissements** et constitue un **secteur compétitif en France**. En 2018, le chiffre d'affaire du marché français de l'emballage est estimé entre 30 et 35 milliards d'euros et regroupe près de 200 000 emplois directs<sup>39</sup>. Le vrac et le réemploi représentent quant à eux un secteur d'activité dont le nombre d'emplois effectifs et potentiels est aujourd'hui encore mal caractérisé.

Les volets **collecte, tri, recyclage et traitement des emballages** concernent de nombreux secteurs d'activité qui dépendent du volume de déchets collectés. La mise en place de solutions visant à réduire les emballages entrainera une évolution de ce volume, des coûts correspondants ainsi que des quantités revendues par les collecteurs. La collecte et le tri des emballages ménagers sont actuellement pris en charge financièrement à hauteur de 80% des coûts nets de référence d'un service de gestion optimisés<sup>40</sup> par les metteurs en marché dans le cadre de la Responsabilité Elargie des Producteurs (REP). De nouvelles

<sup>36</sup> Mason et al. *Synthetic polymer contamination in bottled water*, 2018 / Recherches de Nathalie Gontard, INRAE.

<sup>37</sup> La taille des portions des aliments transformés : évolution et impacts sur l'apport alimentaire et le poids corporel – Institut national de santé publique du Québec, 2019

<sup>38</sup> FaySH, "What determines real world meal size ? Evidence for pre-meal planning", 2011. Robinson E et al., "Portion size and intended consumption. Evidence for a pre-consumption portion size effect in males ?", *Appetite*, 2015.

<sup>39</sup> Conseil national de l'emballage : « [L'emballage en France](#) »

<sup>40</sup> Article L. 541-10-18 du Code de l'environnement.

REP se mettent en place pour les emballages professionnels : la loi AGECE fixe l'échéance du 1<sup>er</sup> janvier 2025 pour les emballages industriels et commerciaux.

La transition du secteur alimentaire vers des emballages plus vertueux pourrait avoir un impact sur l'accessibilité économique des produits alimentaires pour le consommateur, favorable ou défavorable selon les choix retenus et les organisations mises en place. Cette transition entraîne également des coûts pour les entreprises, les fabricants, et les utilisateurs (metteurs en marché) : adaptation des outils de production (machines de conditionnement, balances, mobilier) ou acquisition de nouveaux outils, adaptation de la chaîne logistique (cadence de conditionnement, etc.), acquisition d'emballages alternatifs parfois plus chers, adaptation des espaces de vente, ajout éventuel de personnel, etc.

Enfin, l'emballage est également un outil potentiel de lutte contre les fraudes.

### ✦ Enjeux techniques et d'innovation

L'emballage alimentaire doit faciliter les **manipulations du produit** par les utilisateurs et résister aux contraintes mécaniques qui y sont associées. Il doit notamment permettre aux personnes en contact avec le produit de pouvoir le conditionner, le transporter, le stocker, le livrer, le mettre en rayon et le consommer. Pour le consommateur, l'emballage est conçu pour faciliter l'usage (transport, rangement, ouverture et fermeture faciles) : il doit être « pratique ».

Le secteur de la production des emballages connaît de plus en plus d'**évolutions techniques**, se traduisant par la conception de nouveaux matériaux, dont certains ambitionnent la réduction des impacts sur l'environnement. Cependant, ces innovations techniques ne sont pas encore toutes opérationnelles, autorisées ou généralisables et n'ont pas toutes fait leur preuve en matière d'innocuité (ex : fibre de bambou<sup>41</sup>).

Afin de réduire les emballages à usage unique, l'utilisation de **matériaux et de formats permettant le réemploi des emballages et des contenants** est mise en avant (verre, inox, plastique, etc.), bien que certaines de ces solutions puissent poser des difficultés pour les acteurs du secteur (coûts de transition, de manutention en raison du poids des emballages, troubles musculo-squelettiques, risques de casse, enjeu du stockage, coût et ressources liées au lavage, etc.).

Par ailleurs, certaines de ces solutions alternatives doivent encore faire l'objet d'études approfondies pour évaluer leurs impacts environnementaux et sanitaires et s'assurer qu'elles satisfont aux impératifs réglementaires.

### ✦ Enjeux sociétaux

La réduction des emballages, notamment alimentaires, fait l'objet de très fortes attentes sociétales, exprimées notamment dans le cadre de la Convention citoyenne pour le climat en 2020. Les citoyens ayant participé au dispositif de participation citoyenne du CNA sur cette thématique ont également montré un fort intérêt et des attentes importantes concernant la sobriété en emballages alimentaires, en formulant de nombreuses propositions, certaines très précises et d'autres plus larges, à destination des pouvoirs publics, des professionnels et des citoyens en général<sup>42</sup>.

### ✦ Enjeux d'information des consommateurs

A l'échelle européenne, la réglementation (INCO<sup>43</sup>) concernant l'information du consommateur sur les denrées alimentaires prévoit des mentions obligatoires **pour toutes les denrées alimentaires** (articles 9 et 10).

---

<sup>41</sup> [Avis EFSA](#) : Update of the risk assessment of 'wood flour and fibres, untreated' (FCM No 96) for use in food contact materials, and criteria for future applications of materials from plant origin as additives for plastic food contact materials

<sup>42</sup> <https://propositions.conventioncitoyennepourleclimat.fr/pdf/ccc-rapport-final.pdf>

<sup>43</sup> [Règlement n°1169/2011 du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Rectificatif au règlement \(UE\) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil publié le 15 juin 2013.](#)

Qu'elles soient pré-emballées ou non, les denrées alimentaires présentées à la vente doivent ainsi être accompagnées de certaines informations obligatoires, notamment :

- la dénomination de vente (exemple : confiture de fraises) ;
- le prix à l'unité de mesure ;
- l'état physique des produits lorsqu'ils sont décongelés ou dans les cas où l'omission de cette information serait susceptible d'induire l'acheteur en erreur ;
- les allergènes ;
- l'origine pour certaines denrées alimentaires ;
- certaines informations visant la protection de la santé, comme le pictogramme « femmes enceintes » sur les boissons alcoolisées.

Pour les denrées préemballées, l'emballage permet d'apporter différents types d'informations sur le produit à ses utilisateurs. Les professionnels ont l'obligation de faire figurer sur l'étiquetage, notamment :

- la liste des ingrédients et leur quantité ;
- la quantité nette du produit en volume pour les produits liquides et en masse pour les autres produits ;
- la date limite de consommation (DLC) ou la date de durabilité minimale (DDM) ;
- le numéro de lot ;
- la déclaration nutritionnelle.

A ce jour, ces mentions ne sont pas obligatoires pour les denrées alimentaires non-préemballées vendues en vrac en libre-service ou en service assisté.

Les professionnels peuvent par ailleurs fournir à titre volontaire d'autres informations sur le produit telles que :

- des signes officiels de qualité, reconnus par les pouvoirs publics : Agriculture biologique, Label Rouge, Appellation d'origine protégée (AOP), etc. ;
- des signes de qualité non-officiels : Pêche durable, *Fair Trade*, Origine France, etc. ;
- des mentions valorisantes, dont l'usage est réglementé : « produit de ferme », « produit de montagne », etc. ;
- des informations visant directement à la protection de la santé, par exemple, les phrases de recommandation de type « à consommer cuit à cœur » pour les viandes hachées des gammes enfants, etc. ;
- le Nutri-score ;
- des informations sur les modes de production (bien-être animal, utilisation de produits phytosanitaires...), ;
- l'origine du produit ou des matières premières (l'origine est obligatoire pour certains produits, comme la viande bovine) ;
- l'impact environnemental, etc.

Enfin, l'emballage alimentaire présente selon les produits un plus ou moins grand nombre **d'éléments et de mentions marketing**, comme par exemple : un design particulier, le nom et/ou logo de la marque, des illustrations, l'histoire de la marque et/ou du produit, des recettes, des conseils d'utilisation ou de cuisson, des avis, etc.

La question de l'évolution des modes d'information des consommateurs se pose donc particulièrement dans un contexte de réduction des emballages (vente en vrac notamment).

### 3.2. Enjeux spécifiques du vrac

✦ Le vrac se positionne comme permettant plus particulièrement de répondre aux enjeux de **réduction des déchets d'emballages** (en réduisant les emballages primaires) et de lutte contre le **gaspillage alimentaire** (en permettant au consommateur de s'en tenir aux quantités dont il a besoin et d'éviter ainsi

une forme de surconsommation). Les gains attendus sur ces deux questions restent toutefois aujourd'hui non quantifiés.

Le vrac favorise la disparition des emballages primaires qui peuvent être remplacés par des contenants réemployables ou réutilisables. Le vrac ne fait cependant pas disparaître les emballages secondaires et tertiaires en amont de la chaîne<sup>44</sup> : les produits arrivent en effet emballés au point de vente en vrac, dans des conditionnements adaptés à ce type de vente.

✦ Le vrac peut présenter de réels avantages environnementaux sous certaines conditions qui restent encore à affiner. Il est ainsi nécessaire d'identifier l'ensemble des **problématiques environnementales**<sup>45</sup> associées, en incluant notamment les pertes de produit, les meubles de vente en vrac dans le cas du libre-service, le conditionnement et l'approvisionnement en amont, le transport, le réemploi effectif des contenants par les consommateurs, etc. Il convient de mener des études environnementales ou Analyses de Cycle de Vie (ACV) pour établir précisément s'il y a des avantages environnementaux, sur quels plans et à quels niveaux, en intégrant le paramètre du gaspillage alimentaire. L'évaluation de ces problématiques devrait permettre de mieux apprécier dans quelles conditions le vrac présenterait les meilleures garanties de plus-value environnementale. Ces évaluations permettront également de formuler des recommandations à destination de l'ensemble des acteurs afin d'améliorer le bilan environnemental, sanitaire, économique, etc. du vrac, en prenant en compte les organisations industrielles existantes que ces recommandations soient intégrées sur les segments de marché présentant le meilleur potentiel de transition.

✦ **Enjeux réglementaires/juridiques** : la réglementation alimentaire (hygiène, traçabilité, étiquetage) s'applique de fait au vrac. Certains produits ne peuvent pas être vendus en vrac en libre-service (un décret est à paraître). Pour d'autres, la réglementation encadre ce mode de distribution (ex : huile d'olive). L'article L. 120-2 du Code de la consommation donne par ailleurs des éléments sur la responsabilité du consommateur concernant l'hygiène et l'aptitude du contenant apporté par ses soins. Il existe également un besoin de clarification réglementaire sur la question des contenants utilisés par les consommateurs dans le cadre de la vente ou de l'achat en vrac : ces contenants peuvent avoir le statut d'emballages ou non selon les cas.

✦ **Enjeux logistiques** : adaptation des outils de production, de la chaîne logistique et des espaces de vente. Le vrac nécessite du personnel (vente assistée, entretien et gestion du vrac en libre-service). Le vrac impose également d'investir dans du matériel spécifique (balances, équipements de vente...), et dans la formation des personnels intervenant dans la filière.

✦ **Enjeux de traçabilité et d'information** : les produits vendus en vrac sont particulièrement visés par le besoin de traçabilité. L'exploitant-détaillant doit conserver les informations relatives aux produits vendus en vrac (cahier de traçabilité spécifique, base de données, etc.). Il doit être en mesure de retrouver les coordonnées du fournisseur et le numéro de lot à tout moment. Les consommateurs soulignent en outre l'intérêt de la disponibilité de nombreuses informations comme les conseils d'utilisation, l'information nutritionnelle, les allergènes ou le mode d'élevage (voir avis 85 du CNA<sup>46</sup>), etc. qui nécessitent pour le vrac d'utiliser des outils particuliers de traçabilité et d'information du consommateur.

✦ **Enjeux de praticité pour le consommateur** : la vente en vrac doit permettre aux consommateurs de transporter, stocker et utiliser facilement le produit. Elle doit être « pratique ». Des solutions et des innovations à ce sujet sont à développer en particulier pour une consommation « familiale », en grande quantité de produits en vrac.

✦ **Enjeux sociaux** : Le vrac peut aussi viser à proposer une offre de produits plus respectueux de l'environnement, amenant le consommateur à modifier ses pratiques d'achat. Le choix de la juste quantité offerte par le vrac doit de plus permettre au consommateur de mieux contrôler son budget.

L'enjeu d'accessibilité financière des produits en vrac est à prendre en compte dans le cadre d'un accès pour tous à une alimentation de qualité. Certains consommateurs, à travers l'achat en vrac, cherchent des

<sup>44</sup> <https://conseil-emballage.org/le-frac-ne-fait-pas-disparaitre-leemballage>

<sup>45</sup> L'ADEME mène actuellement une étude sur les impacts environnementaux du vrac – elle devrait être disponible fin 2021. Voir également la note du CNE sur « Produits en vrac & Produits préemballés : Les recommandations du Conseil National de l'Emballage ».

<sup>46</sup> Avis 85 du CNA : [Réflexion pour une expérimentation d'un étiquetage du mode d'élevage](#)

produits « de qualité ». Mais l'enjeu est également d'augmenter la vente en vrac des autres produits dans un objectif de démocratisation de la vente en vrac.

✦ **Enjeux économiques** : prix final, coûts d'investissement, coût de maintenance, coût du personnel et de la formation, pertes, risques de fraude et de mélange des lots de produits pour le libre-service, risque de déréférencement de nombreux producteurs, etc.

### *Enjeux spécifiques du vrac vendu en libre-service*

✦ Les produits sont présentés au consommateur dans des équipements de vente (silos, trémies, bac à pelle). Certains points de vente souhaitent limiter les manipulations des produits vendus en vrac et privilégient des solutions nouvelles telles que la mise en rayon d'équipements déjà remplis et entretenus par des prestataires. En magasin, les consommateurs doivent utiliser un contenant pour acheter le produit, celui-ci pouvant être dans une situation idéale ré-employable, réutilisable (bocal en verre, par exemple) ou à défaut, un sachet à usage unique (en papier kraft, par exemple).

La mise à disposition par les magasins de contenants réutilisables/réemployables ne garantit cependant pas qu'ils soient effectivement réutilisés/réemployés par le consommateur.

✦ **Enjeux sanitaires/hygiène**<sup>47</sup> : certains produits sont particulièrement sensibles et soulèvent des questions quant à leur éventuelle vente en vrac<sup>48</sup> en libre-service (conserves, produits ultra-frais, etc.). La question de la durée de vie de ces produits se pose, surtout s'ils sont susceptibles d'être l'objet de manipulation par le consommateur ou qu'ils sont plus exposés à l'air, la lumière ou l'humidité. La question de l'hygiène est également particulièrement prégnante, à la fois pour les équipements de vente en magasins et pour les contenants réutilisés ou réemployés par les consommateurs. Par ailleurs, la réutilisation ou le réemploi d'un contenant non adapté peut-être source de problème sanitaire en cas de mésusage. De façon générale, ces questions supposent également la bonne information en tant que de besoin des consommateurs sur les bonnes pratiques en vigueur permettant de répondre à ces enjeux sanitaires.

La question des enjeux sanitaires et d'hygiène a particulièrement été relevée par la DGCCRF dans son bilan 2020. L'une de ses enquêtes a porté sur la vente en vrac des denrées alimentaires dans les commerces de détail, en particulier le respect des règles de base relatives à la protection du consommateur, que ce soit en matière de sécurité – hygiène notamment – ou de loyauté des informations transmises ».

✦ Le vrac en libre-service a particulièrement évolué depuis 5 ans en France : il présente encore des **enjeux d'innovation**, tant au niveau de l'élaboration ou de la préparation des produits que de leur distribution (équipements de vente, contenants réutilisables ou réemployables, emballages amonts, solutions de lavage et désinfection).

✦ **Enjeux liés au e-commerce** : L'article L. 120-1 du code de la consommation dispose que la vente en vrac peut se faire dans le cadre d'un contrat de vente conclu à distance. En pratique, les e-commerces qui conditionnent des denrées alimentaires dans des contenants réutilisables ou réemployables peuvent imposer des quantités prédéfinies (ce qui ne rentre alors plus dans la définition du vrac au sens de la loi Agec).

Au demeurant, les produits conditionnés à l'avance dans des contenants réutilisables ou réemployables doivent porter les mêmes mentions d'étiquetage que les produits préemballés. Il serait utile que des règles spécifiques d'étiquetage soient adoptées pour les denrées alimentaires conditionnées dans des contenants réemployables et réutilisables. (ex : possibilité d'étiqueter les valeurs nutritionnelles sous forme de ligne, et non de tableau, pour limiter la taille des étiquettes sur ces contenants).

---

<sup>47</sup> L'ADEME démarre une étude sur le sujet « vrac et risques sanitaires »

<sup>48</sup> Le décret d'application de l'art. L120-1 du code de la consommation (art. 41 loi AGECE) qui fixe la liste des produits qui ne peuvent être vendus en vrac pour des raisons de santé publique est en cours de rédaction

### 1. Constats

#### 1.1. Ambitions générales

La volonté du législateur dans le cadre des lois Agec, Egalim et du projet de loi « Climat et résilience » est de proposer des évolutions allant dans le sens d'une meilleure prise en compte des impacts environnementaux et sanitaires des emballages, en particulier alimentaires.

Après plusieurs mois de travaux sur les emballages alimentaires, le CNA et les citoyens ayant participé à la démarche participative rappellent la nécessité d'un engagement de tous les acteurs du secteur de l'alimentation pour une réduction effective et significative de l'utilisation de certains emballages ou contenants alimentaires. Cet engagement collectif est nécessaire afin de :

- **Renoncer à une partie des emballages** (via notamment le développement de la vente en vrac dans les conditions précisées par le présent avis) ;
- **Réduire la quantité d'emballages** lorsque ceux-ci assurent des fonctions indispensables (via notamment l'écoconception, la recherche du poids / volume minimum pour assurer ces fonctions et le réemploi) ;
- **Limiter l'impact environnemental de l'emballage** ainsi réduit, en prenant en compte l'ensemble de son cycle de vie (matière première, fabrication, recyclage après utilisation ...).

#### 1.2. Le vrac

La vente en vrac se pratique depuis plusieurs décennies, en libre-service pour les fruits et légumes frais ou en service assisté (vente à la coupe).

Cette pratique s'inscrit dans une volonté de réduire le gaspillage des ressources et la production de déchets d'emballages. Elle peut aussi viser à proposer une offre de produits plus respectueux de l'environnement à un coût plus accessible pour le consommateur, amenant ce dernier à modifier ses pratiques d'achat et de consommation.

Les produits proposés en vrac au consommateur final utilisent des emballages secondaires et tertiaires, lors de leur acheminement vers le lieu de préparation des unités de distribution en vrac, vers le lieu de vente et des contenants réutilisables ou réemployables pour passer du lieu de vente au lieu de consommation.

Le vrac est une pratique de vente fortement encouragée par les pouvoirs publics (il s'agit d'un mode de consommation dont l'ambition est d'être plus durable et responsable) et dont le cadre légal est en cours de sécurisation pour tous les acteurs de la filière. Le consommateur est un acteur responsable à part entière de ses actes d'achat, en particulier en vrac, au sens de l'article L. 120-2 du code de la consommation.

##### *La vente en vrac en libre-service*

Le marché du vrac en libre-service se développe et se structure pour de nombreux produits, notamment des produits secs, pour toutes les catégories de consommateurs. Le chiffre d'affaires du secteur vrac en libre-service (hors frais et fruits et légumes) est passé de 100 millions d'euros en 2013 à 1,2 milliards d'euros en 2019<sup>49</sup>.

---

<sup>49</sup> Données Réseau Vrac

La vente en vrac nécessite une évolution des techniques et pratiques, ainsi que des équipements associés aux différentes étapes (conditionnement, distribution-commercialisation, consommation).

En 2019, le marché du vrac en libre-service se partage entre<sup>50</sup> :

- Des magasins spécialisés dans le vrac (5%) ;
- Des magasins bio (45%). 88% des magasins bio ont un rayon vrac ;
- Des grandes surfaces alimentaires (50%). 70% des grandes et moyennes surfaces disposent d'un rayon vrac en libre-service.

Ainsi, la plus grande part de vrac en libre-service est actuellement vendue en grande distribution, et dans des magasins à dominante alimentaire, bien que le vrac en libre-service ne représente qu'un faible pourcentage du chiffre d'affaire de la grande distribution. Le vrac en libre-service reste cependant encore un mode de consommation minoritaire : il représente moins de 1 % des parts de marché hors produits frais. Il est surtout développé pour les produits secs mais ce marché est en constante évolution. On trouve sur le marché vrac (en libre-service ou en service assisté) des produits liquides (huiles, vinaigres, alcools, jus de fruits, etc.) ou semi-liquides (compotes, sauces, confitures, yaourts, fromages), frais ou à conserver au frais.

Il existe par ailleurs des pratiques connexes qui ne sont pas de la vente en vrac au sens de la définition donnée par la loi Agec, notamment car elles ne laissent pas un choix totalement libre de la quantité de produit :

- Tendance vers une pratique de re-remplissage ou recharge (*refill*) plutôt qu'un choix totalement libre de la quantité sur les produits liquides alimentaires ;
- Les e-commerces (*drive, click and collect*) avec conditionnement à l'avance dans des contenants réemployables et réutilisables (conditionnement par le professionnel) avec quantité prédéfinie.

## 2. Freins et leviers au développement du vrac identifiés par le CNA

| Freins  |
|---|
| Freins liés à la perception des consommateurs : <ul style="list-style-type: none"><li>• Le prix (le vrac est perçu comme généralement plus cher<sup>51</sup>) ;</li><li>• L'hygiène ;</li><li>• La praticité (en magasin ainsi que pour le transport et le stockage des produits) et la pratique culturelle ;</li><li>• L'information sur les produits (limites physiques de l'étiquetage – absence de packaging) notamment les conseils d'utilisation, la provenance, les labels, etc. ;</li><li>• Le besoin de changer ses habitudes ;</li><li>• La traçabilité ;</li><li>• L'augmentation du gaspillage et donc la perte de pouvoir d'achat.</li></ul> |
| Freins liés à l'offre : <ul style="list-style-type: none"><li>• Produits : tous les produits n'existent pas en vrac, ou avec une offre limitée. Certaines marques nationales n'existent pas en vrac ;</li></ul>   |

<sup>50</sup> Données Réseau Vrac

<sup>51</sup> L'ADEME va lancer une étude de relevés comparatifs et d'analyse des prix d'un échantillon de produits vendus en vrac versus vendus pré-emballés.

- Magasins : tous les magasins ne proposent pas de vrac ;
- Le modèle de la grande distribution est celui d'un très grand nombre de références : il peut être considéré comme moins adapté au développement du vrac.

Freins liés à la connaissance et à la visibilité du vrac :

- Notoriété : le vrac n'est pas bien connu de tous (consommateurs comme professionnels) ;
- Visibilité : les rayons vrac sont parfois peu développés, pas toujours mis en avant dans un magasin ;
- Information des consommateurs sur les modalités (quels contenants, comment se servir, quelles bonnes pratiques ?).

Freins liés aux contenants utilisés par les consommateurs pour acheter les produits :

- Cela suppose une modification des pratiques : s'équiper de contenants vides avant de se rendre sur le lieu de vente ;
- Risques chimiques et microbiologiques liés à la réutilisation ou au réemploi des contenants apportés par le consommateur.

Freins liés à la logistique et à l'organisation des professionnels :

- Manipulation plus importante entre la réception et la mise en vente dans le magasin ;
- Besoin de matériels spécifiques (équipements de vente type silos ou bacs à pelle, balances adaptées pour faire la tare intégrée de l'ensemble des contenants susceptibles d'être utilisés, contenants à proposer aux clients qui n'en ont pas apporté, contenants certifiés BRM<sup>52</sup>, etc.) ;
- Logique de stockage et de nettoyage/désinfection différente des autres rayons ;
- Besoin de plus de main d'œuvre ou de prestataires externes ;
- Besoin d'adapter les lignes de production et de revoir la chaîne logistique.

Freins liés au risque de pertes et gaspillage alimentaire en magasin lors du transvasement dans les équipements de vente ou lors du remplissage dans les contenants par les consommateurs.

Freins liés à la traçabilité et à l'information du consommateur :

- Mélanges de produits, de variétés..., perte de la traçabilité.

Contraintes induites par les risques sanitaires (surgelés, conserves, produits frais, produits sensibles à l'humidité, produits friables...).

Contraintes réglementaires : certains produits ne peuvent pas être vendus en vrac en libre-service (un décret est à paraître). Pour d'autres, la réglementation encadre ce mode de distribution (ex : huile d'olive).

## Leviers

Leviers liés à la perception des consommateurs :

- Le vrac permet de choisir la juste quantité (réduction des coûts, possibilité de découvrir de nouveaux produits...) ;
- La réduction des emballages fait l'objet de fortes attentes sociétales.

Leviers liés à l'offre :

- Mise en avant du vrac (par exemple rayons vrac dès l'entrée des magasins, fléchage clair, rayons vrac attractifs, présentation des produits).

<sup>52</sup> Bouteilles récepteurs-mesures

|  |
|--|
| <p>Leviers liés aux contenants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de contenants réemployables et réutilisables propres (prêts à l'emploi) et incitation à l'utilisation de ces contenants (information, sensibilisation).</li> </ul>   |
| <p>Leviers financiers :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La taxation : TVA réduite, par exemple (<i>ce levier ne fait pas consensus au sein du CNA</i>) ;</li> <li>• D'autres mécanismes financiers (au travers de la REP par exemple) ;</li> <li>• Des subventions d'investissement.</li> </ul>   |
| <p>Leviers liés à la recherche, innovation et aux expérimentations :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promotion d'expérimentations pour lever les freins réglementaires ou techniques existants sur certains produits, quand cela est pertinent. (Ex : lait, produits surgelés, etc.) ;</li> <li>• Mutualiser la recherche et l'innovation sur les nouveaux équipements de vente en vrac ;</li> <li>• Recherche et innovation : risques microbiologiques, process et produits de nettoyage/désinfection, conservation, pertes, vols et fraudes, empreinte environnementale.</li> </ul>   |
| <p>Leviers liés à l'évolution du contexte réglementaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loi AGECE : droit pour tous les produits d'être vendus en vrac sauf motif de santé publique (défini par décret), droit pour les consommateurs d'utiliser des contenants réutilisables ou réemployables lors de l'achat, obligation pour les commerces (surface de vente supérieure à 400 m<sup>2</sup>) de mise à disposition de contenants réemployables ou réutilisables propres (prêts à l'emploi).</li> <li>• Projet de loi « Climat et résilience » : évolution de la définition de la vente en vrac pour l'élargir au service assisté, incitation des pouvoirs publics à encourager la vente en vrac notamment par des expérimentations et des actions de sensibilisation, objectif pour les commerces de plus de 400 m<sup>2</sup> de dédier au vrac 20% de la surface de vente.</li> </ul>  |
| <p>Leviers liés à la communication et à l'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'amélioration de l'étiquetage pour le libre-service (qu'il soit le plus exhaustif possible). En complément : dématérialisation de l'étiquetage volontaire et affichage. Par exemple un QR code en complément de l'étiquette.</li> <li>• Des règles spécifiques d'étiquetage pour le vrac en libre-service et pour le conditionnement à l'avance dans des contenants réutilisables ou réemployables (drive, etc.).</li> <li>• Communication : Campagne d'information grand public par les associations et les syndicats professionnels ; information dans la communication par les distributeurs.</li> <li>• Sensibilisation, information des consommateurs sur les spécificités du vrac (durée de vie inférieure de certains produits, sensibilité à la manipulation, etc.) Mode d'emploi du rayon affiché. Accompagner l'acte d'achat du consommateur par du personnel formé.</li> <li>• Promotion des initiatives vertueuses, des expérimentations, des démarches de progrès volontaires.</li> <li>• Éclaircissement sur les définitions du vrac et les périmètres associés : contenants réutilisables ou réemployables, équipements de vente en vrac, etc.</li> </ul> |
| <p>Leviers liés à la logistique et à l'organisation des professionnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide à la mise au point et à l'acquisition d'équipements adaptés pour le libre-service (notamment des équipements qui permettent de délivrer la dose exacte demandée par le consommateur).</li> </ul>  |

### **Ambitions partagées**

- **Réduire la consommation des emballages les plus défavorables pour l'environnement au cours de leur cycle de vie, tout en maîtrisant les risques sanitaires et en préservant l'information des consommateurs**
- **Révolutionner les mentalités et les pratiques afin d'opérer le changement d'échelle attendu dans le développement de la vente en vrac**
- **Mettre en œuvre des modalités de fonctionnement de la vente en vrac qui permettent d'aboutir à de réels avantages en matière de préservation de l'environnement et de lutte contre le gaspillage alimentaire**

### **Leviers**

- S'appuyer sur une information et une sensibilisation des consommateurs à hauteur des enjeux permettant de créer les conditions favorables à leur adhésion au vrac. Veiller particulièrement à une information claire et suffisante pour le vrac en libre-service.
- Assurer que le vrac soit économiquement accessible à qualité équivalente.
- S'assurer de la mobilisation de tous les acteurs de la chaîne alimentaire et de l'Etat.
- Evaluer l'impact des différentes modalités de vente en vrac sur le gaspillage alimentaire.

---

<sup>53</sup> « Vrac » est ici entendu au sens élargi, voir page 13.

## Recommandations

Cette partie rassemble **3 types de recommandations** :

- Les recommandations formulées par le groupe de concertation **sur la base de ses propres débats uniquement**. Il s'agit des recommandations qui ne sont pas assorties d'un pictogramme ;
- Les recommandations dites « partagées » : ce sont celles formulées par le groupe de concertation **sur la base des propositions citoyennes avec lesquelles il est en accord ou partiellement en accord**. Ces propositions sont associées au pictogramme suivant :  

- Les recommandations dites « rebond » : ce sont des **idées de nouvelles recommandations que le groupe de concertation a eues au cours du débat en examinant les propositions citoyennes**. Ces recommandations sont associées au pictogramme suivant :  


### 1) Clarifier l'information sur les produits vendus en vrac en libre-service

#### Pour les professionnels

- 1.1. Étendre au maximum l'étiquetage des mentions volontaires lorsque cela est possible (date de consommation, numéro de lot, mode de préparation, liste d'ingrédients, étiquetage nutritionnel, etc.), en particulier pour les produits comme les liquides ou les produits frais en libre-service.
- 1.2. Cette information peut être complétée :
  - par un affichage sur le lieu de vente ;
  -  • par des QR code.
- 1.3. Améliorer notamment l'affichage relatif au risque lié aux allergènes par contamination croisée (lié à la volatilité des produits vendus en vrac, à l'utilisation des équipements de vente, etc.) en plus de l'étiquetage obligatoire des allergènes présents.

#### Pour les pouvoirs publics



- 1.4. Travailler sur le sujet du QR code dans le cadre d'un groupe de travail spécifique sur la traçabilité réunissant l'ensemble de la filière alimentaire.

## 2) Clarifier et renforcer les règles d'hygiène notamment pour augmenter la confiance des consommateurs

### Pour les pouvoirs publics



- 2.1. Clarifier la notion de responsabilité des professionnels en matière d'hygiène dans le cas où les clients (pour le vrac en vente assistée ou libre-service) ou les convives (notamment en restauration collective) apportent leurs contenants réutilisables/réemployables. Clarifier en matière de droit européen la question de l'application du « Paquet hygiène » en matière de responsabilité.

### Pour les professionnels



- 2.2. Réaliser un recensement des besoins en matière d'élaboration et de partage des bonnes pratiques d'hygiène spécifiques au vrac.

### Pour les professionnels et les pouvoirs publics



- 2.3. Publier et diffuser un document de référence, de type « guide de bonnes pratiques d'hygiène et d'application des principes HACCP », intégrant les spécificités du vrac libre-service, validé par les autorités compétentes et s'appuyant sur les guides et formations existants ainsi que sur le travail de l'ADEME portant sur les impacts sanitaires du vrac.

- Y intégrer la recommandation de suivre une formation aux bonnes pratiques d'hygiène spécifique au vrac en libre-service.
- Y prévoir la recommandation d'afficher la date à laquelle ont été nettoyés les équipements de vente en vrac en libre-service.

- 2.4. Développer davantage, au sein des formations existantes en matière d'hygiène, des modules spécifiques au vrac en libre-service ou aux nouvelles pratiques de vente assistée.



- 2.5. Informer davantage les consommateurs sur les règles d'hygiène et de sécurité applicables au vrac en libre-service : mieux faire connaître la réglementation à laquelle sont soumis les professionnels en matière d'hygiène et les guides de bonnes pratiques dans l'optique de rassurer les consommateurs. Renforcer la diffusion de supports associés auprès des consommateurs.

### 3) Inciter au développement de l'offre des produits vendus en vrac

#### Pour les pouvoirs publics

3.1. Favoriser la recherche sur les équipements destinés à la vente de produits en vrac.



3.2. Favoriser l'acquisition d'équipements de vente adaptés.

3.3. Promouvoir les initiatives vertueuses, les expérimentations, les démarches de progrès volontaires auprès des professionnels.

#### Pour les professionnels



3.4. Élargir l'offre des produits vendus en vrac, en particulier en libre-service:

- À la fois pour l'alimentaire et le non-alimentaire ;
- Au-delà du bio ;
- Au-delà des produits secs.

### 4) Renforcer l'attractivité, l'accessibilité géographique et l'accessibilité économique du vrac

#### Pour les professionnels



4.1. Développer la vente en vrac en libre-service sur tout le territoire, zones rurales comprises. S'appuyer sur des applications permettant de localiser les lieux de vente en vrac.



4.2. Au sein des points de vente :

- développer les espaces dédiés à la vente en vrac ;
- rendre ces espaces encore plus visibles et attractifs.



4.2. Rendre plus accessibles financièrement les produits en vrac à qualité équivalente, en particulier en libre-service.

## 5) Communiquer sur le vrac auprès des consommateurs et les accompagner dans l'adaptation nécessaire des pratiques

Pour les pouvoirs publics



- 5.1. Financer des campagnes publiques de communication sur la vente en vrac.

Pour les professionnels et les pouvoirs publics

- 5.2. Développer des supports d'information à destination des consommateurs spécifiques aux bonnes pratiques d'achat, de transport, de stockage et de consommation de denrées vendues en vrac : risques liés aux manipulations des denrées dans le cas du libre-service, où trouver les informations relatives aux produits, différences de durées de conservation en comparaison avec des produits pré-emballés, etc.



- Ces supports auront également pour objectif de mieux faire connaître la vente en vrac et de sensibiliser les consommateurs à ses vertus lorsque les bonnes pratiques sont respectées.

## 6) Accompagner les acteurs pour optimiser les modalités de fonctionnement de la vente en vrac

Pour les pouvoirs publics

- 6.1. Etudier des dispositifs d'accompagnement, en particulier financiers, pour inciter les acteurs professionnels concernés à développer l'offre de vrac. En particulier, la rédaction des nouveaux cahiers des charges des filières REP<sup>54</sup>, notamment celle relative aux emballages ménagers, devrait prévoir des dispositions allant dans ce sens.
- 6.2. Mesurer l'impact des différentes modalités de vente en vrac sur le gaspillage alimentaire et promouvoir celles permettant une réduction des impacts environnementaux, gaspillage inclus.

Pour les pouvoirs publics et les professionnels



- 6.3. Accompagner l'ensemble de la filière vrac pour les questions de métrologie particulièrement posées dans la vente en vrac en libre-service, afin de faciliter le parcours client (tare, pesée, vente au poids ou au litre, etc.).

Pour tous

<sup>54</sup> Responsabilité élargie des producteurs

6.4. Favoriser, quand cela est possible, l'utilisation de contenants réemployables/réutilisables.



6.5. Conduire des travaux complémentaires portant sur la manière de faciliter l'usage du vrac (en s'appuyant sur les résultats des travaux de l'ADEME sur les pratiques) et la manière de faciliter la mise en place du vrac pour les différents acteurs de la chaîne alimentaire (en traitant également la question de l'éco-conception des emballages intermédiaires).



6.6. Conduire des travaux complémentaires portant sur la manière de promouvoir le transport par train et par voie fluviale des denrées alimentaires destinées à la vente en vrac.

#### Pour les professionnels

6.7. Favoriser le partage d'expérience entre professionnels.

6.8. Développer des guides de bonnes pratiques et des formations spécifiques à la vente en vrac. Ces guides pourront notamment intégrer :



o Des pistes d'actions pour limiter le gaspillage alimentaire dans le cadre de la production, du transport et de la vente de denrées alimentaires en vrac.



o Une recommandation d'affichage harmonisé des informations portant sur les produits dans tous les lieux de vente en vrac (notamment sur l'origine des produits, la marque, etc).



6.9. Promouvoir l'approvisionnement local et les circuits courts et mettre davantage en valeur les produits qui en sont issus (cette promotion devant se faire aussi au-delà du vrac).

#### Autres informations sur le débat citoyen

L'analyse des propositions citoyennes par le groupe de concertation a également permis d'identifier :

- Des points de dissensus au sein du groupe, qui n'ont pu être traités au fond ou résolus faute de temps disponible, notamment en ce qui concerne :
  - o **L'idée de rendre obligatoire l'affichage d'informations supplémentaires** (que ce soit des informations relatives au nettoyage des équipements de vente, ou des informations relatives aux produits par exemple) ;
  - o Le **levier de la fiscalité** pour inciter à des changements de pratique vis-à-vis des emballages alimentaires que cela concerne les producteurs, les distributeurs ou les consommateurs ;
  - o Les autres leviers à privilégier pour rendre les produits vendus en vrac **plus accessibles en termes de prix**.
- Des points de désaccord sur les propositions visant à créer de nouveaux **labels**, le CNA étant régulièrement alerté sur le risque de confusion créé par la démultiplication des labels et sur le coût qu'ils engendrent pour les professionnels et qui peuvent parfois se répercuter sur les prix.

Le groupe de concertation a également identifié des propositions faisant, selon lui, référence à des pratiques ou des dispositifs déjà existants. Enfin, pour d'autres propositions, le groupe de concertation a considéré qu'il aurait besoin de plus de précisions pour pouvoir se positionner.

Le détail des positionnements du groupe sur ces différents points est présenté dans le tableau annexé au présent avis.

### Alternatives à l'usage unique dans la distribution et la restauration

Plusieurs initiatives existent concernant le développement de solutions de réemploi de contenants dans la distribution alimentaire et la restauration collective et commerciale. Le CNA a notamment auditionné des entreprises qui développent des solutions autour de contenants lavables, dans une chaîne logistique complète, à grande échelle. De nombreuses expérimentations montrent qu'il est possible de développer ce modèle à échelle industrielle. Différentes études sont en cours pour mieux décrire les avantages et inconvénients, notamment du point de vue des impacts environnementaux et sociétaux.

- Exemples en restauration collective : Projet Recolim avec l'utilisation de bacs inox et verre.
- Exemples pour la livraison fournisseurs en restauration commerciale : Pandobac.
- Exemples pour la vente à emporter en restauration rapide ou restauration commerciale en général : Uzaje avec DailyPic pour la restauration haut de gamme ; Reconcil, Milubo box...
- Exemples en distribution : bocaux consignés dans certains magasins bio (ex. Biocoop) ou en grande et moyenne surface (ex : Carrefour avec Loop), commerces spécialisés vrac...

### Pistes de recommandations du CNA sur la sobriété en emballages

Les recommandations ci-après sont uniquement issues du travail d'analyse des propositions citoyennes. Elles s'organisent en deux catégories principales :

- Les recommandations dites « partagées » : ce sont celles formulées par le groupe de concertation **sur la base des propositions citoyennes avec lesquelles il est en accord ou partiellement en accord**. Ces propositions sont associées au pictogramme suivant :



- Les recommandations dites « rebond » : ce sont des **idées de nouvelles recommandations que le groupe de concertation a eues au cours du débat sur les propositions citoyennes**. Ces recommandations sont associées au pictogramme suivant :



#### 1) Catégorie « réemploi »



- 1.1. Former et informer les consommateurs sur les bonnes pratiques en matière de réemploi.



1.2. Conduire des travaux sur la question du réemploi au sein d'instances dédiées, comme le futur observatoire du réemploi et de la réutilisation, en prenant en compte les enjeux sanitaires, environnementaux, pratiques, logistiques, économiques, etc. Il est suggéré que ces travaux abordent notamment les points suivants :



- La question du développement des points de reprises automatisés ;



- L'accompagnement global de tous les acteurs de la chaîne alimentaire dans la transition vers le réemploi.



1.3. Éclairer le rôle et les responsabilités de tous les acteurs sur les enjeux sanitaires liés au développement du réemploi.

## 2) **2) Catégorie « mieux informer »**



2.1. Renforcer l'information du consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales des emballages dont les questions de recyclabilité et de réemploi. Ce renforcement de l'information devra se faire dans un souci de concision pour éviter les risques de confusion et en précisant de manière claire les acteurs responsables de la transmission de ces informations.

## 3) **3) Catégorie « mieux transporter »**



3.1. Rendre les transports en commun plus adaptés aux achats en vrac et au réemploi.



3.2. Conduire des travaux complémentaires sur l'adaptation des transports en commun aux achats en vrac et au réemploi.

## 4) **4) Catégorie « mobiliser tous les acteurs »**



4.1. S'assurer de la mobilisation de tous les acteurs de la chaîne alimentaire dans la recherche du « juste emballage ».

## 5) 5) Catégorie « accessibilité »

-  5.1. Élargir l'offre de produits plus vertueux en termes d'emballages, en tenant compte des enjeux associés à la réduction des emballages.

## 6) 6) Catégorie « mieux sensibiliser »

-  6.1. Sensibiliser à l'école et à tout âge sur les thématiques environnementales, en abordant notamment la question de la sobriété en emballages, du vrac et du réemploi.
-  ○ Pour cela faire notamment connaître davantage la réglementation, les conséquences de certains matériaux sur l'environnement et sur la santé, les bons gestes de tri et de réemploi ainsi que les bonnes pratiques existantes.
  -  ○ Mener une campagne de communication sur les logos portant sur les consignes de tri, en particulier sur le Triman.
  -  ○ S'appuyer sur les médias et sur les structures de solidarité locales afin de toucher le plus grand nombre.
  -  ○ Diffuser plus largement les informations relatives à la part d'emballages qui est effectivement recyclée.

## 7) 7) Catégorie « recherche »

-  7.1. Soutenir davantage la recherche sur les matériaux durables destinés aux emballages alimentaires en s'appuyant notamment sur les contributions payées aux éco-organismes.

-  7.2. Développer la recherche pour identifier de nouvelles alternatives au plastique en matériaux à moindre impact environnemental, notamment pour la restauration en milieu hospitalier où l'usage unique est privilégié pour certains usages.

## Autres informations sur le débat citoyen

L'analyse des propositions citoyennes par le groupe de concertation a également permis d'identifier :

- des points de dissensus au sein du groupe notamment en ce qui concerne :
  - le **levier de la fiscalité** pour inciter à des changements de pratique vis-à-vis des emballages alimentaires que cela concerne les producteurs, les distributeurs ou les consommateurs ;
  - l'idée **de rendre obligatoires, sur l'emballage, de nouvelles informations relatives au cycle de vie de l'emballage** (par exemple "je peux être recyclé une seule fois", "je ne suis pas recyclable") ;
  - les **modalités de mise en œuvre de la consigne** (engagement volontaire ou réglementaire).

De même que pour les propositions portant sur le vrac, le groupe de concertation a identifié des propositions faisant référence à de l'existant et d'autres pour lesquelles des précisions supplémentaires auraient été nécessaires pour aller plus loin dans l'analyse. Le détail des positionnements du groupe sur toutes les propositions des citoyens portant sur la sobriété en emballages est présenté dans le tableau annexé au présent avis.

Annexe 1 – Liste des sigles

Annexe 2 – Composition du groupe de concertation

Annexe 3 – Mandat du groupe de concertation

Annexe 4 – Lettre de cadrage

Annexe 5 – Liste des personnalités auditionnées

Annexe 6 – Réponse du groupe de concertation aux propositions citoyennes portant sur le vrac

Annexe 7 – Réponse du groupe de concertation aux propositions citoyennes portant sur la sobriété en emballages alimentaires

## Annexe 1 – Liste des sigles

---

|           |   |
|-----------|---|
| ACV       | Analyse cycle de vie  |
| ADEME     | Agence de la transition écologique  |
| Agec      | (Loi) anti-gaspillage pour une économie circulaire  |
| ANIA      | Association Nationale des Industries Alimentaires   |
| Anses     | Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail                      |
| BRM       | Bouteilles récipients-mesures   |
| CGAD      | Confédération Générale de l'Alimentation en Détail  |
| CLCV      | Consommation, logement et cadre de vie (association)  |
| CNA       | Conseil national de l'alimentation  |
| CNE       | Conseil national de l'emballage   |
| DGAL      | Direction générale de l'alimentation  |
| Egalim    | (Loi pour) l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable |
| FCD       | Fédération des entreprises du commerce et de la distribution  |
| FNE       | France Nature Environnement   |
| GPH       | Guide de bonnes pratiques d'hygiène   |
| INRAE     | Institut national de la recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement                         |
| MAA       | Ministère de l'agriculture et de l'alimentation   |
| MSS       | Ministère des solidarités et de la santé  |
| MTE       | Ministère de la transition écologique   |
| ONG       | Organisation non gouvernementale  |
| PNSE      | Programme national santé environnement  |
| QR Code   | <i>Quick response code</i>  |
| Recolim   | (projet) Réemploi des Contenants aLimentaires   |
| REP       | Responsabilité élargie des producteurs  |
| Restau'co | Réseau interprofessionnel de la restauration collective   |
| SNPE      | Stratégie nationale sur les perturbateurs endocriniens  |
| TVA       | Taxe sur la valeur ajoutée  |
| ZWF       | <i>Zero Waste France</i>  |

## Annexe 2 – Composition du groupe de concertation

|  |  |
|--|--|
| <b>Président du groupe</b>                 | Dominique Gombert  |
| <b>Secrétariat interministériel du CNA</b> | Sylvie Vareille<br>Margaux Denis<br>Chloé Abeel<br>Erika Cardona<br>Elora Gendre<br>Juliette Lebourg |

### Structures des membres permanents du CNA

| (1) Consommateurs et usagers   |                  |                  |
|--|------------------|------------------|
| Organisme  | Titulaire        | Suppléant        |
| <b>ADEIC*</b> – Association de Défense, d'Éducation et d'Information du Consommateur | Alain Chouleur   |                  |
| <b>AFOC*</b> – Association force ouvrière consommation                               | Solange Huet     |                  |
| <b>CNAFAL</b> – Conseil National des Associations Familiales Laïques                 | Patrick Charron  | Philippe Destrel |
| <b>CNAFC</b> – Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques       | Robert Aelion    |                  |
| <b>CLCV</b> – Consommation, logement et cadre de vie                                 | Lisa Faulet      |                  |
| <b>FNFR</b> – Fédération Nationale Familles Rurales                                  | Marc Jonglez     | Résie Bruyère    |
| <b>UFC-Que choisir*</b> – Union Fédérale des Consommateurs                           | Olivier Andrault |                  |

| (2) Producteurs agricoles   |                 |                    |
|---|-----------------|--------------------|
| Organisme   | Titulaire       | Suppléant          |
| <b>CP</b> – Confédération paysanne  | Virginie Raynal | Joris Gaudare      |
| <b>FNSEA</b> – Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles | Amaryllis Blin  | Benjamin Guillaumé |

| <b>(3) Transformation et artisanat</b>                           |                        |                     |
|--|------------------------|---------------------|
| <b>Organisme</b>   | <b>Titulaire</b>       | <b>Suppléant</b>    |
| <b>ANIA</b> – Association Nationale des Industries Alimentaires  | Sandrine Blanchemanche |                     |
|  | Emmanuelle Buffet      | Alice Fuentes-Pozza |
|  | Thierry Gregori        | Anne-Ariel Ceyrac   |
|  | Louise Lebret          | Xavier Arrom        |
|  | Cécile Rauzy           | Virginie Somon      |
| <b>CGAD</b> – Confédération Générale de l'Alimentation en Détail | Sandrine Bize          |                     |
| <b>La coopération agricole</b>                                   | Benjamin Perdreau      | Maud Anjuere        |
|  | Nathalie Blaise        |                     |

| <b>(4) Distribution</b>   |                  |                      |
|---|------------------|----------------------|
| <b>Organisme</b>  | <b>Titulaire</b> | <b>Suppléant</b>     |
| <b>CGI</b> - Confédération Française du Commerce Inter-entreprise         | Bruno Mantovani  | Pierre Perroy        |
| <b>FCD</b> – Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution | Romain Cuynet    | Émilie Tafournel     |
|   | Corinne Mercadié | Emmanuelle Bourdeaux |
| <b>Fédération des marchés de gros*</b>                                    | Frédérique Wagon |                      |

| <b>(5) Restauration</b>   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>AGORES</b> – Association nationale des directeurs de la restauration collective territoriale | Christophe Hébert | Maxime Cordier    |
| <b>Restau'Co</b> – Réseau interprofessionnel de la restauration collective                      | Bruno Lesaec      | Estelle Alapetite |
| <b>SNRC</b> - Syndicat National de la Restauration Collective                                   | Kathy Diaz Esteve |                   |
| <b>SNARR</b> – Syndicat National de la Restauration Rapide                                      | Clémence Artus    | Damien Foulon     |
| <b>GNI*</b> – Groupement national des indépendants hôtellerie et restauration                   | Laurent Frechet   | Émilie Bono       |

| <b>(6) Salariés</b>   |               |  |
|---|---------------|--|
| <b>CFE-CGC Agro*</b> – Confédération Française de l'Encadrement, Confédération Générale des Cadres – Fédération nationale agroalimentaire | Denis Martial |  |

| <b>(7) Société civile</b>   |                      |                   |
|---|----------------------|-------------------|
| <b>Organisme</b>  | <b>Titulaire</b>     | <b>Suppléant</b>  |
| <b>Associations de protection de l'environnement</b>                    | Katia Baumgartner    | Sylvie Platel     |
|   | François Veillerette | Juliette Kacprzac |
| <b>Associations de protection animale*</b>                              | Louis Schweitzer     |                   |
| <b>France Assos Santé</b>   | François Rullier     |                   |
| <b>RESES - Réseau Étudiant pour une Société Écologique et Solidaire</b> | Marie Cavaniol       | Louise Dubreuil   |

| <b>(8) Personnalités qualifiées</b> |
|-------------------------------------|
| Gaël Orioux*                        |
| Jean-Pierre Corbeau*                |
| Marie-Hélène Schwoob                |

| <b>Membres de droit</b>  |                   |                  |
|--|-------------------|------------------|
| <b>Organisme</b>   | <b>Titulaire</b>  | <b>Suppléant</b> |
| <b>ADEME</b> – Agence de la transition écologique  | Sylvain Pasquier  | Alice Guedet     |
| <b>INRAE</b> – Institut national de la recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement | Nathalie Gontard  |                  |
| <b>INC*</b> – Institut national de la consommation   | Antoine Haentjens | Xavier Lefebvre  |

| <b>Participants de plein droit</b>  |                  |                 |
|---|------------------|-----------------|
| <b>MAA, DGPE</b> – Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation ; Direction générale de la performance économique et environnementales des entreprises | Vincent Wahl     | Mohamet N'Diaye |
| <b>MAA, DPMA</b> – Direction des pêches maritimes et de l'aquaculture   | Sylvie Larroutis |                 |
| <b>MAA, CGAAER</b> – Conseil Général de l'Agriculture, Alimentation et Espaces Ruraux   | Denis Feignier   |                 |
| <b>MEF, DGCCRF</b> – Ministère de l'Économie et des Finances ; Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des           | Benjamin Teneul  | Célia Azoyan    |

|  |                                      |                                  |
|--|--------------------------------------|----------------------------------|
| fraudes  |                                      |                                  |
| <b>MEF, DGE</b> - Ministère de l'Économie et des Finances ; Direction générale des entreprises | Olivier Stemler                      | Hugues de Franclieu              |
|  | Aurore Limoges                       | Patricia Sala                    |
| <b>MSS, DGS</b> – Ministère des Solidarités et de la Santé ; Direction générale de la santé    | Mélanie Picherot                     | Isabelle De Guido                |
| <b>MTES, CGDD</b> – Commissariat général au développement durable                              | Catherine Conil                      |                                  |
| <b>MTES, DGPR</b> – Direction générale de la prévention des risques                            | Karine Boquet                        |                                  |
|  | Cécile Fèvre                         | Cécile Lemaître                  |
| <b>MAA, DGAL</b> – Direction générale de l'alimentation  | Laurence Rudloff<br>Florence Aillery | Cécile Balon<br>Stéphanie Flauto |

| <b>Représentants du Parlement</b> |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Assemblée nationale</b>        | Laurence Maillart-Méhaignerie<br>Collaboratrice : Léna Demeret |

| <b>Invités permanents</b>                             |                  |                  |
|---|------------------|------------------|
| <b>Organisme</b>                                      | <b>Titulaire</b> | <b>Suppléant</b> |
| <b>AFNOR</b> – Association française de normalisation | Laura Solaroli   | Thierry Bergier  |
| <b>F2A</b> – Formation en Agroalimentaire             | Thibaud Dudal    | Philippe Onno    |
| <b>FranceAgriMer</b>                                  | Claire Legrain   | Lisa Chenerie    |

| <b>Structures spécifiquement invitées au groupe de concertation</b> |                       |                                 |
|---|-----------------------|---------------------------------|
| <b>Organisme</b>  | <b>Titulaire</b>      | <b>Suppléant</b>                |
| Conseil national de l'emballage                                     | Bruno Siri            | Michel Fontaine                 |
| Zero Waste France   | Moira Tourneur        |                                 |
| Citeo   | Thibault Boucher      | Mélissa Venet/ Clémence Bruttin |
| Fondation Tara Océan*   | Henri Bourgeois Costa |                                 |
| Réseau Vrac   | Lucia Pereira         | Chloé Liard                     |

*Les structures dont le nom est suivi d'une étoile sont inscrites au groupe de concertation sur les emballages alimentaires du CNA mais n'ont participé à aucune réunion du groupe pour la préparation de cet avis.*

## Annexe 3 – Mandat du groupe de concertation

---

Adopté par voie électronique le 17 juin 2019

### **Contexte :**

De très nombreux emballages sont utilisés par l'industrie agroalimentaire. Ce recours aux emballages est parfois nécessaire notamment pour assurer la bonne conservation de certaines denrées alimentaires mises sur le marché. Il peut également être à l'origine de différents problèmes : lorsqu'ils ne sont pas adaptés ou mal utilisés, les emballages peuvent être à l'origine d'altération de la qualité ou de la sécurité des denrées alimentaires. En outre, les emballages usagés constituent une source de déchets plus ou moins recyclables dont il conviendrait de limiter la production dans une optique de développement durable.

La réduction des impacts négatifs liés à l'utilisation des emballages alimentaires fait donc apparaître des enjeux sanitaires, environnementaux et économiques qu'il convient de concilier. Il s'agit là d'un objectif prioritaire pour le gouvernement. Le CNA a également souligné l'importance de ce sujet en recommandant dans son avis n° 81 la constitution d'un groupe de concertation sur les « emballages alimentaires (enjeux sanitaires et environnementaux) ».

Certains opérateurs économiques développent des solutions permettant de réduire l'impact de l'utilisation des emballages (par exemple, le développement du vrac). En outre, des modifications de certaines habitudes de consommation peuvent contribuer à cet objectif. Il convient dans ce cadre de recenser et de partager les solutions envisageables tant au niveau des opérateurs économiques que des consommateurs.

Pour rappel, la sécurité des emballages qui sont au contact des denrées alimentaires est encadrée par une réglementation européenne. Cette dernière prévoit un principe général d'inertie des matériaux utilisés afin que ces derniers ne cèdent pas aux denrées alimentaires des constituants susceptibles de présenter un danger pour la santé humaine. Des textes d'application de ce règlement définissent, pour certaines catégories de matériaux, les règles permettant d'assurer le respect de ce principe d'inertie. Par ailleurs, en l'absence de texte spécifique applicable au niveau de l'Union européenne à un type de matériaux, les réglementations nationales s'appliquent.

### **Objectifs :**

Le groupe de concertation du Conseil National de l'Alimentation devra organiser une réflexion sur ce thème des emballages des produits alimentaires, dans le cadre d'un groupe de concertation qui devra mener ses travaux dans le contexte du projet de la loi sur l'économie circulaire, de l'élaboration du PNSE4 « mon environnement, ma santé » et en lien avec les travaux du Conseil national de l'emballage.

Sur la base d'une méthodologie que le secrétariat interministériel proposera, les ministères de rattachement du CNA attendent que le Conseil émette des recommandations en matière de réduction des emballages alimentaires et de sécurisation de leur usage en tâchant de concilier les éléments qui pourraient faire obstacle à leur réduction, notamment les besoins d'étiquetage et la conservation des denrées dans des conditions d'hygiène satisfaisantes.

### **Attendus :**

Les réflexions du CNA pourront ainsi s'articuler autour de plusieurs axes :

- **L'utilité des emballages de conditionnement** (comment éviter le suremballage et viser l'absence d'emballage ?). Pour cela, il sera notamment intéressant de s'appuyer sur les études existantes relatives aux comportements d'achat et à la consommation, et de mettre en évidence les pratiques (des industriels, des consommateurs, des travailleurs...) qui permettent de limiter le gaspillage alimentaire et réduire le recours aux emballages.
- L'état des lieux, à partir de la bibliographie, des **risques liés à l'utilisation des emballages** en contact avec le produit alimentaire et à certaines substances qu'ils contiennent. La question du recyclage des emballages déjà existants et de l'incorporation de matières recyclées dans leur fabrication sera également traitée, en considérant la nécessité de ne pas remettre sur le marché des substances dangereuses que l'on souhaiterait éliminer. L'étude pourra être menée avec une approche "cycle de vie de l'emballage". Les travaux du CNA n'auront pas vocation à évaluer la sécurité des différents types d'emballages. Ils pourront toutefois inventorier les risques de certains composants soulevés dans les études scientifiques.  
Cette étude permettra également de proposer des pistes d'amélioration quant à **l'utilisation**

**appropriée des emballages**, dans le but de responsabiliser les opérateurs sur la maîtrise des risques qui peuvent découler d'une mauvaise utilisation (emballages inappropriés à la nature des denrées alimentaires qu'ils contiennent, non-respect de leurs conditions d'utilisation, etc.).

- L'analyse des **nouveaux types d'emballage et la possibilité de développer des alternatives** sans danger pour l'environnement et la santé de la population et des travailleurs. La question des alternatives aux hydrocarbures d'huiles minérales, qui entrent dans la composition d'un grand nombre d'emballages sera notamment traitée.
- Enfin, pour concilier l'objectif d'économie circulaire et de protection du consommateur, les travaux du CNA pourront explorer les leviers qui peuvent être mobilisés dans la collecte et la fabrication des matières premières recyclées pour limiter leur contamination par des substances indésirables lorsqu'elles sont destinées à la fabrication de nouveaux emballages.

Les recommandations devraient prendre la forme de préconisations en vue de l'élaboration de guides, l'un à destination des professionnels et le cas échéant des collectivités, et l'autre à destination des consommateurs, visant à diffuser et promouvoir les solutions mises en évidence par le groupe de concertation afin de réduire l'usage des emballages ainsi que les impacts et risques liés à cet usage.

S'agissant des professionnels, ce sont les emballages de conditionnement, de présentation et de vente à emporter des produits présentés en vrac, au détail ou par lots qui devraient être analysés. Les emballages de logistique pourraient être étudiés pour ce qui concerne le vrac. S'agissant des consommateurs, ce sont les emballages de conservation des aliments qui devraient être étudiés.

Ces recommandations pourront, au besoin, être regroupées par type de produits ou d'usage. Elles devront inclure les types d'emballages et d'usages impliqués par le développement du vrac.

### **Modalités de fonctionnement :**

La présidence du groupe de concertation, en cours de validation interministérielle, présentera le programme de travail et rendra compte régulièrement des travaux en séance plénière du CNA.

Les invitations et ordres du jour des réunions seront établis par la présidence du Comité, en relation avec le Secrétariat interministériel du CNA. Ce dernier assurera le bon déroulement du processus de concertation, conformément aux procédures et règles de fonctionnement du CNA. Il proposera également un outil de suivi des recommandations.

Pour préparer les débats permettant le suivi des recommandations, le Comité pourra conduire des auditions d'experts et de spécialistes. Il pourra également s'appuyer sur :

- l'expertise de l'ADEME en matière de gaspillage alimentaire et sur les travaux qu'elle va engager en octobre 2019 sur le vrac,
- la bibliographie existante sur les risques sanitaires liés à la composition des emballages,
- les travaux sur les substances chimiques et la substitution réalisés par les agences européennes (ECHA et EFSA) et nationales (Anses par exemple), notamment les travaux menés dans le cadre de la deuxième Stratégie nationale sur les perturbateurs endocriniens.

La Direction générale de prévention des risques (DGPR) du Ministère de la transition écologique et solidaire participant aux travaux conduisant à l'adoption de la loi sur l'économie circulaire ainsi qu'à ce groupe de concertation, le lancement et le calendrier du groupe de concertation devront tenir compte du calendrier de la loi sur l'économie circulaire.

Dans le cadre de cette saisine, le recours au débat citoyen sera étudié.

Il est attendu une adoption de l'avis du CNA dans le premier trimestre de 2020.

Les emballages et leur cycle de vie constituent une préoccupation environnementale de premier ordre. Le secteur alimentaire en est un utilisateur important, depuis la production primaire en amont à l'aval jusqu'au consommateur. Le recours aux emballages est souvent nécessaire pour assurer la bonne conservation de certaines denrées alimentaires ou pour éviter des contaminations microbiologiques notamment. Ils peuvent néanmoins, en particulier lorsqu'ils sont mal utilisés, être à l'origine de l'altération de la qualité ou de la sécurité des denrées alimentaires.

Par ailleurs, les emballages, en particulier ceux à usage unique, constituent une source importante de déchets. Concevoir et fabriquer un produit à durée de vie extrêmement courte, entraînant en amont une consommation importante de ressources non renouvelables, et en aval une quantité considérable de déchets, souvent non valorisés, n'est plus soutenable dans un contexte de raréfaction de certaines matières premières et de nos ressources naturelles, d'accélération du changement climatique, de perte croissante de biodiversité, et d'exposition accrue de l'environnement et des populations aux produits chimiques. Enfin, les emballages jouent potentiellement un rôle dans le gaspillage alimentaire. La réduction des impacts négatifs liés à l'utilisation des emballages alimentaires constitue donc une priorité du gouvernement et nécessite une approche globale pour prendre en compte l'intégralité des enjeux sanitaires, environnementaux et économiques.

### I. Objectifs du groupe de concertation « emballages alimentaires »

Le CNA a été saisi le 5 juin 2019 par les ministères chargés de l'écologie, de la santé, de l'économie et de l'agriculture sur le sujet des emballages alimentaires.

Le groupe est chargé, d'ici la fin de l'année 2020, de produire des recommandations opérationnelles, à destination des professionnels, des collectivités, des pouvoirs publics et des particuliers, pour **réduire au maximum l'utilisation d'emballages et contenants alimentaires à la source**, développer la fin de vie des emballages (filière de tri spécifiques, recyclage...), les adapter à la consommation, et **proposer des solutions alternatives, respectueuses de l'environnement et de la santé humaine**, en lien notamment avec les politiques publiques et les travaux législatifs récents (loi anti-gaspillage, loi EGALIM, SNPE2, PNSE4).

Compte-tenu du temps imparti pour les travaux du groupe, les recommandations seront principalement issues d'une analyse portant sur un choix raisonné de produits et d'usages. Plus précisément, vos travaux seront structurés par deux niveaux d'objectifs :

- des recommandations aux pouvoirs publics pour la rédaction des textes d'application de la loi anti-gaspillage ;
- une réflexion pour accompagner les acteurs publics et privés dans une trajectoire de réduction de l'utilisation de certains emballages ou contenants alimentaires ou d'utilisation d'emballages plus respectueux de l'environnement et de la santé.

### II. Éléments de contexte et travaux récents ou en cours

#### II.1) *Éléments indispensables à la conduite des travaux*

- *Loi anti-gaspillage pour une économie circulaire*

Le 10 juillet 2019, le Gouvernement a déposé en procédure accélérée le projet de loi anti-gaspillage pour une économie circulaire. Le Sénat et l'Assemblée nationale ont achevé l'examen du texte en première lecture le 20 décembre 2019. La commission mixte paritaire, réunie le 8 janvier 2020, s'est accordée sur le contenu du texte. Le vote de la loi aura lieu le 21 janvier 2020.

Le projet de loi, porté par la ministre Brune Poirson, s'articule autour de quatre grandes orientations consistant à :

- mettre fin au gaspillage pour préserver nos ressources naturelles, notamment par l'interdiction des emballages en plastique à usage unique en 2040 (art. 1<sup>er</sup> AD) mais aussi par l'objectif de 100% de plastique recyclé d'ici 2025 (art. 1<sup>er</sup> AC) ;
- mobiliser les industriels pour transformer nos modes de production ;
- renforcer l'information du consommateur ;

- améliorer la collecte des déchets et lutter contre les dépôts sauvages.

Dans ce cadre, sont prévues la définition, par voie de décret, de sous-objectifs pour 2025 en matière de réduction, de réutilisation, de réemploi et de recyclage ainsi que la formulation d'une stratégie nationale pour la réduction, la réutilisation, le réemploi et le recyclage des emballages plastiques à usage unique identifiant les mesures pour y parvenir.

Le texte comporte également deux dispositions pour lutter contre le suremballage : l'interdiction en 2021 de la présentation à la vente des fruits et légumes avec un conditionnement en plastique sauf exception notamment pour les fruits et légumes présentant un risque de détérioration et la mise à disposition par les éco-organismes de la filière des emballages d'une application numérique permettant aux consommateurs de signaler les produits comportant un emballage qu'ils jugent excessifs.

La réflexion du groupe de concertation devra, par ses recommandations, alimenter les travaux de rédaction des textes d'application de la loi.

- *Les dispositions prévues par la loi EGALIM (loi n° 2018-938 du 30 octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine, durable et accessible à tous)*

Dans la lignée des interdictions précédemment adoptées dans le cadre de la loi relative à la transition énergétique pour la croissance verte, la loi EGALIM a confirmé la démarche de réduction des déchets plastiques, notamment via son article 28 :

- en interdisant à partir du 1er janvier 2020, la mise à disposition des pailles, couverts, piques à steak, couvercles à verre jetables, plateau-repas, pots à glace, saladiers, boîtes et bâtonnets mélangeurs pour boissons en matière plastique ;
- en interdisant, au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2020, l'utilisation de bouteilles d'eau plate en plastique dans le cadre des services de restauration collective scolaire ;
- en mettant fin, au plus tard au 1er janvier 2025 (délai supplémentaire de 3 ans accordé aux collectivités territoriales de moins de 2000 habitants), à l'utilisation de contenants alimentaires de cuisson, de réchauffe et de service en matière plastique, au profit de l'utilisation de matériaux durables, dans les services de restauration collective des établissements scolaires et universitaires ainsi que des établissements d'accueil des enfants de moins de six ans.

Ces différentes interdictions, et leur date d'entrée en vigueur, cadreront vos travaux et vos recommandations.

- *La Stratégie nationale sur les perturbateurs endocriniens (SNPE2)*

La SNPE2 a été lancée par les ministres de la santé et de l'écologie le 3 septembre 2019. Elle contient quelques mesures importantes qui font écho à vos travaux, en particulier la publication par l'Anses de deux listes de substances perturbateurs endocriniens (PE) :

- début 2020, une liste de substances potentiellement PE à évaluer ;
- courant 2020, une liste de substances PE catégorisées en fonction du niveau de preuve (PE "avéré", "préssumé" et "suspecté").

Ces listes pourront être utiles pour identifier les emballages qui sont néfastes pour l'environnement et la santé et pour l'élaboration de recommandations sur des matériaux alternatifs, respectueux de l'environnement et de la santé humaine, à utiliser pour les emballages dont on ne peut pas se passer.

## *II.2) Autres éléments de contexte : politiques publiques et travaux en cours*

- *Le Pacte national sur les emballages plastiques*

Le Pacte a été signé en février 2019 par la ministre Brune Poisson et 11 entreprises de la grande distribution (Carrefour, Casino, Auchan, Monoprix, Franprix) et des « brand owners » (Unilever, Nestlé, Danone, Coca-Cola, Bouvard, LSDH), ainsi que deux ONG (WWF et Tara Expéditions) et la fondation Ellen MacArthur. Il comprend 6 axes de travail portant sur « l'élimination des emballages problématiques et inutiles », sur « le vrac, le réemploi et la consigne » ainsi que sur le recyclage et l'incorporation de matière première recyclée. Les réflexions des signataires du Pacte pourront être mises à profit dans le cadre des auditions du Groupe « emballages » du CNA.

- *Plan national santé environnement 4 (PNSE4, "Mon environnement, ma santé")*

Le troisième PNSE est arrivé à échéance fin 2019. L'élaboration du PNSE4 est en cours, co-pilotée par les ministères chargés de la santé et de l'écologie. Il sera présenté en Comité interministériel pour la santé et sera lancé officiellement au premier semestre 2020. Il a pour vocation à coordonner les plans thématiques ayant un lien avec la santé-environnement et mobilise, pour sa mise en œuvre l'ensemble des acteurs des territoires. Le PNSE4 ne traite pas directement des questions alimentaires, qui représentent un enjeu majeur pour la santé environnement, mais relèvent de différents plans sectoriels (PNAN, PNNS, PNA, Ecophyto2+, Ambition bio, etc.). Le PNSE4 a néanmoins vocation à formuler des recommandations aux différents plans dans une approche intégrée de la santé-environnement, et définit des indicateurs de suivi des résultats des actions engagées dans chacun des plans sectoriels. Cette approche devra également être prise en compte dans vos travaux.

- *Le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire 2017-2020*

Les emballages pouvant être à la fois un outil de lutte contre le gaspillage alimentaire (via par exemple des informations utiles sur la conservation) et le favoriser (en incitant parfois à la sur consommation), vous vous réfèrerez également aux initiatives et aux acteurs du Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, qui vise à réunir l'ensemble des parties prenantes, tout au long de la chaîne alimentaire, pour réduire de moitié le gaspillage alimentaire à l'horizon 2025 en mobilisant tous les leviers.

- *Les travaux en cours de l'ADEME sur le vrac*

L'ADEME a lancé en novembre dernier une étude portant analyse sur les pratiques de vente en vrac en France (durée de l'étude : 18 mois). Cette étude vise à établir un état des lieux du vrac et à réaliser une évaluation environnementale des dispositifs de vente en vrac (approche par cycle de vie). Les aspects socio-économiques ne seront pas traités par l'ADEME et pourraient mériter un approfondissement de votre part.

### III. **Périmètre, questions à traiter, séquençage et méthodologie des travaux**

#### *Périmètre*

Votre périmètre de concertation sera celui des **emballages alimentaires<sup>55</sup> élargi aux contenants alimentaires<sup>56</sup>**. Tous les types d'emballages devront être pris en compte : primaire, secondaire (emballage groupé), tertiaire ("gros" emballage, par exemple une palette).

Votre périmètre sera toutefois resserré à partir d'un choix raisonné de produits ou d'usages compte-tenu :

- du pas de temps court pour le travail de concertation ;
- des attentes de recommandations à mettre en œuvre dans le cadre de l'application de textes récents (loi EGALIM, loi anti-gaspillage, SNPE2).

#### *Séquençage des travaux de concertation et proposition de méthodologie*

**Vous vous attacherez dans un premier temps** à la mise en œuvre de la disposition de la loi anti-gaspillage relative à l'interdiction à compter de 2021 de présenter des fruits et légumes avec des emballages plastiques, hormis une liste d'exceptions à définir (fruits et légumes présentant un risque de détérioration lors de leur vente en vrac). Vous établirez notamment des recommandations sur la liste des exceptions. Ces recommandations alimenteront les travaux de rédaction du décret d'application de la mesure.

#### **Vous intégrerez à la suite de vos travaux ces chantiers :**

- Une réflexion globale pour accompagner les acteurs publics et privés dans une trajectoire de **réduction de l'utilisation de certains emballages ou contenants alimentaires** dans le secteur de la distribution. Cette réflexion s'accompagnera d'une vision globale du cycle de vie des emballages ne pouvant être supprimés (de la fabrication à la fin de vie du produit). Il vous appartiendra de préciser une méthodologie, qui s'appuiera sur des études de cas par produit type (gâteaux secs et confiserie, céréales, etc.) ou par filière. Vous proposerez une modélisation du(es) couple(s) filière/produit retenu(s), telle que décrite ci-dessous, afin de poser un diagnostic, identifiant les points critiques générateurs de surconsommation d'emballage ou relatifs à des risques sanitaires ainsi que les solutions pour les maîtriser.

---

55 "emballages" tels que définis dans la directive de référence **94/62/CE** relative aux emballages et aux déchets d'emballages comme : "tout produit constitué de matériaux de toute nature, destiné à contenir et à protéger des marchandises données, allant des matières premières aux produits finis, à permettre leur manutention et leur acheminement du producteur au consommateur ou à l'utilisateur, et à assurer leur présentation. Tous les articles à jeter utilisés aux mêmes fins doivent être considérés comme des emballages.

56 Cf. règlement européen n° 1935/2004 définissant les caractéristiques des matériaux et objets destinés à entrer en contact avec des denrées alimentaires (dit règlement MCDA).

### Exemple de modélisation

Production des emballages (primaires, secondaires, tertiaires)

Utilisation des emballages pendant le transport, l'entreposage, la transformation

Utilisation des emballages dans le cas des GMS

Utilisation des emballages dans le cas de la remise

### Conduite du diagnostic et identification des solutions

Comment mieux produire, transporter, entreposer, distribuer, consommer, informer = comment réduire au maximum l'usage des emballages les plus problématiques pour l'environnement et la santé à toutes les étapes, en étudiant à chacune les possibilités d'évolution des pratiques ? Quand l'emballage est inévitable, quels matériaux privilégier (en prenant en compte par exemple : le caractère recyclable, la composition en substances chimiques, etc.) ? Tenir compte de la faisabilité économique dans la rédaction des propositions.

Les travaux devront prendre en compte les limites d'une approche méthodologique par études de cas et donc la généralisation des recommandations.

- Une concertation sur la **substitution des contenants en plastique**, en particulier autour de l'interdiction en 2025 des contenants de cuisson, réchauffe et de service en matière plastique dans les services de restauration collective (établissements scolaires, accueil enfants de moins de 6 ans et universitaires) : identification des points critiques et recommandations.

La concertation s'attachera à intégrer la question de l'impact économique pour chaque acteur de la mise en place de solutions alternatives (élimination, vrac, matériaux alternatifs, réemploi et réutilisation, développement de l'incorporation de matières plastiques recyclées en l'absence d'autres alternatives viables) permettant de mesurer la faisabilité de celles-ci et d'identifier les freins à leur développement<sup>57</sup>.

Par ailleurs, dans le cadre de l'ouverture du CNA à la participation citoyenne et de la méthodologie élaborée sous l'égide de la Commission Nationale du Débat Public pour y parvenir, il est proposé d'ouvrir la concertation sur la thématique des emballages à la parole citoyenne. Le CNA met ainsi en place un dispositif de la participation sur le sujet : « emballages alimentaires, quelles alternatives pour les réduire et quels freins identifiés ». L'articulation des résultats avec ceux issus de la concertation sera à définir dans les premières réunions du groupe de concertation.

<sup>57</sup> Pour les emballages pour lesquels il n'existe pas d'alternatives technologiques et/ou économiques, il est crucial de travailler à la levée des freins limitant l'incorporation de recyclé, notamment les freins réglementaires et normatifs. Le groupe de concertation devrait travailler à l'identification de ces différents freins, notamment pour ce qui concerne le retour au contact alimentaire des résines autres que le PET, et émettre des recommandations sur les moyens à mettre en œuvre pour les lever. Ces freins peuvent aussi concerner les étapes de collecte et de tri, indispensables au recyclage effectif des emballages (information / formation du grand public aux bons gestes de tri, harmonisation des couleurs de poubelles etc.).

## Annexe 5 – Liste des personnalités auditionnées

---

- **Shu Zhang (Pandobac)** : les solutions possibles pour réduire les emballages de livraison en restauration commerciale –une start-up qui propose des caquettes réutilisables.
- **Emmanuel Auberger (Uzaje)** : solutions industrielles pour la réutilisation des contenants et présentation du projet RECOLIM (Programme de Réemploi des Contenants alimentaires pour anticiper la loi EgaLIM dans les cantines scolaires franciliennes).
- **Anne-Claire Asselin-Balançon et Jean-Michel Mépuis (X-Food)** : lien entre emballages et pertes et gaspillages alimentaires : indicateurs pour objectiver la prise de décision.
- **Célia Rennesson et Lucia Pereira (Réseau Vrac)** : état des lieux sur le vrac, rôle de Réseau Vrac et perspectives de développement.
- **Emilie Tafournel (FCD)** : le vrac en grande distribution.
- **Pierre Galio et Agnès Jalier (ADEME)** : étude de l'ADEME sur le vrac.
- **Valentin Fournel et Géraldine Gauvin (Citeo)** : la sobriété en emballages.

## Annexe 6 - Réponse du groupe de concertation aux propositions citoyennes portant sur le vrac

| CATÉGORIE                                    | PROPOSITION D'ACTION  | RÉPONSE DU GC                                  | COMMENTAIRES   | PISTES DE RECOMMANDATIONS ASSOCIÉES  |
|--|---|--|--|--|
| Améliorer les garanties en matière d'hygiène | Sécuriser la mise en place du vrac en termes d'hygiène            | Le groupe est en accord avec cette proposition | Le groupe rappelle l'existence d'une réglementation en matière d'hygiène applicable au vrac mais partage l'ambition d'aller plus loin dans le développement des bonnes pratiques, notamment pour rassurer le consommateur. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mieux faire connaître la réglementation à laquelle sont soumis les professionnels en matière d'hygiène et les guides de bonnes pratiques dans l'optique de rassurer les consommateurs. Renforcer la diffusion des supports associés auprès des consommateurs.</li> <li>- Aller plus loin dans le développement des bonnes pratiques               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Réaliser un recensement des besoins en matière d'élaboration et de partage des bonnes pratiques spécifiques au vrac ;</li> <li>* Élaborer un guide de bonnes pratiques d'hygiène spécifique au vrac en s'appuyant sur les guides existants et sur les résultats du groupe de travail de l'ADEME portant sur les impacts sanitaires du vrac en libre-service. Il s'agirait d'un guide "fait par les professionnels, et pour les professionnels".</li> </ul> </li> </ul> |
| Améliorer les garanties en matière d'hygiène | Etablir un cahier des charges strict concernant l'hygiène du vrac | Accord partiel du groupe sur cette proposition | Le groupe partage l'idée d'élaborer un document de référence sur l'hygiène spécifique au vrac et propose plutôt le format d'un guide de bonnes pratiques.  | <p>Des clarifications devraient être apportées par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'administration (en particulier la DGAL) sur :               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Le développement du vrac dans le cadre de la restauration collective (notamment sur la question des contenants apportés par les convives dans des restaurants collectifs) ;</li> <li>* La responsabilité des distributeurs vrac en matière d'hygiène lorsque les clients apportent leurs contenants réutilisables.</li> </ul> </li> <li>- La commission européenne sur :               <ul style="list-style-type: none"> <li>* La question de l'application du paquet hygiène en matière de responsabilité.</li> </ul> </li> </ul>   |

|   |   |  |   |   |
|---|---|--|---|---|
| <p>Améliorer les garanties en matière d'hygiène</p> | <p>Maximiser la visibilité des consommateur-rices sur l'hygiène relative au remplissage et nettoyage des silos : noter par exemple sur les silos la date du dernier nettoyage.</p>  | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Créer une obligation d'affichage qui ne porterait que sur un meuble de vente risquerait d'être lourde dans sa mise en oeuvre : le groupe propose plutôt d'intégrer cet affichage comme une recommandation dans les guides de bonnes pratiques qui concernerait spécifiquement les distributeurs vrac en libre-service. Le nettoyage et la désinfection des équipements de vente est une obligation qui incombe aux professionnels et qui fait l'objet de contrôles.</p>  | <p>Prévoir, dans les guides de bonnes pratiques spécifiques au vrac, une recommandation d'affichage de la date à laquelle ont été nettoyés les équipements de vente en vrac en libre-service.</p>   |
| <p>Améliorer les garanties en matière d'hygiène</p> | <p>Rendre obligatoire une formation HACCP au sein des enseignes de distribution de vrac et permettre uniquement aux personnes ayant suivi cette formation d'être responsables de la vente en vrac. En plus de la gestion des rayons de vente en vrac, ces personnes devront aussi s'assurer du respect des règles d'hygiène, pour apporter des garanties et assurer aussi le lien social avec les consommateur-rices.</p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>       | <p>La formation aux bonnes pratiques d'hygiène est obligatoire pour toute personne manipulant les denrées alimentaires. Pour répondre au souhait de "plus de formation", il pourrait être suggéré aux professionnels, au sein du GBP spécifique au vrac, de suivre une formation aux bonnes pratiques d'hygiène spécifiques au vrac.</p>  | <p>Intégrer au sein de GBP spécifiques au vrac, une recommandation de suivre une formation aux bonnes pratiques d'hygiène spécifique au vrac en particulier pour les rayons vrac en libre service. Il pourrait être fait référence aux formations existantes.</p> |
| <p>Améliorer les garanties en matière d'hygiène</p> | <p>Créer un label dédié aux enseignes proposant la vente en vrac pour s'assurer qu'elles appliquent dans leurs magasins les règles d'hygiène. L'organisme délivrant le label doit vérifier que les conditions d'hygiène sont respectées. Le comité de contrôle, indépendant, indique les magasins qui ont été contrôlés et la date des contrôles pour plus de transparence.</p>   | <p>Le groupe est en désaccord avec cette proposition</p>               | <p>La démultiplication des labels entraîne une confusion au sujet de laquelle les membres du CNA sont régulièrement alertés. Les labels entraînent par ailleurs un coût pour les professionnels, et il ne serait pas souhaitable que ce coût se répercute sur le prix des denrées vendues en vrac. Pour répondre au souhait exprimé par les citoyens de pouvoir visualiser le bon respect des pratiques d'hygiène, le groupe recommande plutôt de suggérer aux professionnels, au sein d'un GPH spécifique au vrac, d'avoir recours à un support d'information/affichage non obligatoire à destination des clients.</p> |   |

|                                      |  |  |   |  |
|--------------------------------------|--|--|---|--|
| Autre                                | Lutter contre le gaspillage alimentaire lié à la vente en vrac, par exemple en optimisant au maximum la gestion des stocks de produits vendus en vrac.   | Le groupe est en accord avec cette proposition | La lutte contre le gaspillage alimentaire fait l'objet d'une mobilisation générale des acteurs de la chaîne alimentaire. La vente en vrac offre des possibilités vertueuses en la matière dans la mesure où elle permet au client d'acheter uniquement la quantité de denrées dont il a besoin. Pour aller plus loin, il pourrait être formulé, au sein d'un guide des bonnes pratiques spécifique au vrac, des pistes d'actions pour limiter le gaspillage alimentaire dans le cadre spécifique de la production, du transport et de la vente de denrées en vrac.  | Intégrer au sein d'un guide des bonnes pratiques spécifique au vrac, des pistes d'actions pour limiter le gaspillage alimentaire dans le cadre de la production, le transport et la vente de denrées en vrac.  |
| Inciter / sanctionner financièrement | Mettre en place des aides financières pour les magasins qui souhaitent développer une offre de produits en vrac, par exemple une aide à l'équipement   | Accord partiel du groupe sur cette proposition | Le groupe estime que la mise en place de dispositifs d'accompagnement financier pour inciter les acteurs à développer une offre vrac ou des rayons vrac peut être intéressante (via par exemple une aide pour acheter des balances ou des équipements de vente en vrac) tant que ces derniers ne créent pas un risque de distorsion de concurrence et ne pénalisent pas les acteurs ayant déjà développé une offre vrac ou des rayons vrac. Au vu du nombre d'acteurs concernés, le montant des aides serait conséquent alors que leur caractère incitatif n'est pas toujours avéré. À ce titre certains représentants des professionnels interrogent la possibilité effective de déployer de tels budgets sur cette thématique précise (caractère disproportionné), d'autant plus dans un contexte de crise économique. Par ailleurs, certains représentants des consommateurs proposent que cette aide soit financée par d'autres ressources que celles générées par le contribuable (via par exemple, l'élargissement du périmètre des contributions Citeo). | Étudier des dispositifs d'accompagnement, notamment financiers, pour inciter les acteurs professionnels concernés à développer l'offre de vrac. La rédaction des nouveaux cahiers des charges REP en particulier de la REP emballages ménagers pourrait prévoir des dispositions allant dans ce sens |
| Inciter / sanctionner financièrement | Élargir l'offre des produits vendus en vrac (alimentaires et non) : les grandes marques doivent en particulier être incitées à concevoir leurs produits pour la vente en vrac, via un système de bonus-malus ou via un pourcentage minimal de produits destinés à être vendus en vrac. | Le groupe est en accord avec cette proposition | Le groupe partage l'objectif d'élargissement de l'offre vendue en vrac (produits alimentaires ou non). Certains représentants des enseignes de distribution signalent à ce titre être prêts à déployer la vente en vrac des grandes marques.<br><br>Ce point est discuté dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience.<br><br>Le groupe rappelle les points de vigilance exposés ci-dessus si des incitations financières sont mises en place pour atteindre cet objectif.   |  |

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Mettre en place une taxe pour les entreprises de production sur les emballages au prorata poids / volume.</p>                  | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner ET Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Le groupe rappelle l'existence du principe de responsabilité élargie du producteur (REP) et les contributions financières obligatoires associées (le producteur verse une somme destinée au traitement des emballages primaires produits). Il exprime également un besoin de précisions sur la proposition des citoyens : est-ce que cela correspond à la REP qui existe déjà ou s'agit-il d'aller plus loin ? S'il s'agit d'aller plus loin, certains expriment un soutien de principe (ZWF, FNE), d'autres expriment un besoin de plus de précisions quant aux mesures concrètes qui pourraient être associées à cette idée (ADEME), tout en rappelant la piste de l'éco-conception des pratiques et des emballages. Les représentants des professionnels se posent plutôt en défaveur de cette proposition en rappelant les fonctionnalités de l'emballage et le risque de répercussion de cette taxe sur le prix des denrées concernées.</p> |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Inciter : mettre en place des actions incitatives pour le consommateur (baisse des prix des produits en vrac et bio)</p>       | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>  | <p>Pour la CLCV, ZWF et Réseau Vrac, la mise en place de mesures visant la baisse des prix des produits en vrac et bio est à soutenir car elle améliorerait l'accessibilité financière du vrac et du bio. Les représentants des professionnels se posent en défaveur vis-à-vis de cette proposition en alertant sur plusieurs éléments de faisabilité (risque d'atteindre le seuil de vente à perte, risque d'être considérée comme une subvention illégale, fait que le retrait/la réduction de l'emballage ne permet pas toujours de baisser le prix du produit qui dépend de nombreux autres facteurs).</p>  |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Inciter financièrement : taxer moins le vrac ?<br/><i>Objectif : donner envie aux industriels de se mettre au vrac.</i></p>    | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>  | <p>Pour ZWF, la CLCV et Réseau Vrac, la baisse des taxes sur le vrac représente une piste intéressante d'incitation même si parmi eux certains alertent sur le fait qu'elle ne serait pas suffisante pour inciter les industriels à se tourner vers le vrac, et qu'elle nécessiterait la conduite de travaux spécifiques. Les représentants des professionnels se positionnent quant à eux en défaveur en alertant sur le risque de distorsion de concurrence et en interrogeant globalement le caractère légal d'un tel dispositif.</p>  |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Inciter financièrement : taxer plus le non-vrac ?<br/><i>Objectif : donner envie aux industriels de se mettre au vrac.</i></p> | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>  | <p>Les positions des parties prenantes sont ici similaires à celles qui concernent l'idée de taxer moins le vrac. FNE précise toutefois être plutôt favorable à la taxation plus importante des produits non vendus en vrac dès lors qu'il existe une alternative des mêmes produits vendus en vrac.</p>  |  |

|                                      |   |   |  |  |
|--------------------------------------|---|---|--|--|
| Inciter / sanctionner financièrement | Inciter financièrement : mettre en place une TVA ?<br><i>Objectif : donner envie aux industriels de se mettre au vrac.</i>  | Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe                                     | Les professionnels rappellent les alertes déjà évoquées au sujet des mesures d'incitation/de sanction financière tandis que Réseau Vrac alerte sur le fait qu'il a été constaté qu'une baisse de la TVA dans le secteur des commerces de détail n'entraîne pas obligatoirement une baisse des prix. Certains représentants des consommateurs se disent <i>a priori</i> favorables mais doutent que cette mesure soit suffisante pour inciter les industriels à se tourner vers le vrac.  |  |
| Mieux informer                       | "le vrac pourra se développer uniquement si son essor s'accompagne d'une augmentation de la confiance des consommateurs.rices"  | Le groupe est en accord avec cette proposition  | Cette proposition est évoquée dans l'avis 88 du CNA et discutée dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience.   |  |
| Mieux informer                       | Mener une campagne de communication sur le vrac   | Le groupe est en accord avec cette proposition  | Il conviendra de préciser les caractéristiques de cette campagne de communication (cibles et buts précis recherchés).  |  |
| Mieux informer                       | Sécuriser la mise en place du vrac en termes d'information et de traçabilité  | Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner | S'il s'agit de veiller à la bonne application de la réglementation existante en matière d'information et de traçabilité, le groupe est favorable à cette proposition. S'il s'agit d'exiger plus d'informations et de démarches relatives à la traçabilité, il y a un dissensus au sein du groupe, certains représentants des professionnels alertant sur la faisabilité d'exiger plus d'informations (notamment sur la question de l'impression des informations non obligatoires sur les étiquettes) et d'autres alertant sur la lourdeur d'une telle mesure.   |  |
| Mieux informer                       | Cette proposition peut exclure les citoyen-nés éloigné-es du numérique. Pour cela, l'impression d'une étiquette (comme sur les balances) comprenant les informations de références de l'article, comme sur un emballage, pourrait être envisagée. | Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe                                     | Pour certains représentants des consommateurs et de la société civile (FNE, CLCV), cette proposition est une piste intéressante mais elle doit être accompagnée de la mise en place d'un groupe de travail spécifique sur la question (ZWF). Par ailleurs, certains représentants des professionnels (FCD) alertent sur le temps que nécessiterait le déploiement d'une telle mesure sur un périmètre national, et les coûts d'investissement que cela engendrerait. Enfin, les représentants des commerces alimentaires de proximité se posent en défaveur en précisant que les coûts (équipements, temps) seraient trop lourds pour les plus petits acteurs économiques. |  |

|                       |   |   |   |  |
|-----------------------|---|---|---|--|
| <p>Mieux informer</p> | <p>Ajouter un QR code sur l'étiquette : toutes les informations sont téléchargeables dans une application nationale qui permet d'avoir accès et de conserver ces informations. L'application conserve en mémoire les actes d'achat, en conformité avec le RGPD. L'entreprise à l'origine du produit pourrait également y proposer des vidéos informatives sur chaque produit.</p> | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>Pour certains représentants des consommateurs et de la société civile (FNE, CLCV, Familles rurales), c'est une piste intéressante mais elle doit être complétée d'une solution physique pour ne pas exclure les citoyens éloignés du numérique. Certains représentants des professionnels alertent sur le temps que nécessiterait le déploiement d'une telle mesure sur un périmètre national, tout en précisant qu'il conviendrait, pour y parvenir, de mettre en place d'un groupe de travail sur la traçabilité réunissant l'ensemble de la filière alimentaire. Enfin, les représentants des commerces alimentaires de proximité se posent en défaveur en alertant sur le coût associé à une telle mesure (équipement nécessaire, temps...).</p> |  |
| <p>Mieux informer</p> | <p>Créer un juste label vrac offrant aux consommateur-rices des garanties en matière d'hygiène (formation des agent-es par exemple), de provenance des produits, avec des normes révisées régulièrement et des contrôles fréquents. Pour définir les normes attachées au label, s'inspirer de l'existant (le Réseau Vrac en France ou d'autres exemples à l'étranger)</p>         | <p>Le groupe est en désaccord avec cette proposition</p>  | <p>Le groupe émet des réserves quant à la mise en place d'un label car le CNA est régulièrement alerté par la confusion créée par la démultiplication des labels. ZWF et Réseau Vrac proposent néanmoins de creuser la proposition dans un groupe de travail spécifique. Certains représentants des professionnels et des consommateurs rappellent par ailleurs que les labels engendrent un coût pour les professionnels et qu'il ne faudrait pas que celui-ci se répercute sur le prix des produits. Enfin, la CLCV et la FCD soulignent que la solution résiderait selon elles plutôt dans le respect de la réglementation existante et la conduite des contrôles nécessaires associés (autocontrôles et audits externes notamment).</p>             |  |
| <p>Mieux informer</p> | <p>il serait intéressant de faire apparaître l'économie réalisée grâce au vrac et l'écart de prix entre le produit emballé et le vrac. Ces informations pourront être obtenues par exemple via l'application nationale sur le vrac (sur le même principe que pour l'essence). Il s'agit d'un élément marketing sur lequel les commerçant-es pourront jouer.</p>                   | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>  | <p>Le groupe s'interroge globalement sur la faisabilité de la proposition et aurait besoin de davantage de précisions pour pouvoir se positionner. Les représentants de la restauration collective alertent par ailleurs sur le fait que les tarifs appliqués ne couvrent pas le coût global d'un repas ce qui rendrait la proposition particulièrement compliquée à déployer dans ce secteur spécifique.</p>   |  |

|                   |  |   |   |  |
|-------------------|--|---|---|--|
| Mieux informer    | Il serait intéressant d'indiquer le prix minimum et le prix maximum de chaque type de produit pour savoir où se situent les produits en vrac dans l'échelle des prix.  | Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe   | Si certains FNE et la CLCV se posent en faveur de cette proposition, d'autres acteurs (FCD, ANIA, CGAD, ADEME et Réseau Vrac) s'y opposent en alertant sur sa faisabilité, sa légalité et la complexité de sa mise en oeuvre.   |  |
| Mieux réglementer | "La distinction entre vrac et vente à la coupe ne devrait plus exister"  | Le groupe est en accord avec cette proposition  | Les discussions autour de l'article 11 du projet de loi Climat et résilience laissent à penser que la définition réglementaire du vrac est amenée à évoluer pour inclure le vrac en service assisté. Le groupe est en accord avec cette proposition qui correspond à la compréhension "grand public" de ce qu'est le vrac.  |  |
| Mieux réglementer | Coordonner la mise en place du vrac en fonction de la nocivité de l'emballage, de sa commodité et de la quantité d'emballages générés  | Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe   | Réseau Vrac et la CLCV se posent en faveur de cette proposition tandis que ZWF exprime un besoin de plus de précisions pour pouvoir se positionner. L'ADEME alerte sur la faisabilité de cette proposition. Les représentants des professionnels (CGAD, ANIA, FCD) signalent que les emballages mis sur le marché ne peuvent être considérés comme nocifs puisqu'ils respectent la réglementation en vigueur. |  |
| Mieux transporter | Proposer des produits locaux pour éviter au maximum le transport, en indiquant le lieu d'origine du produit. Il s'agit de réfléchir au vrac en le reliant aux circuits courts pour limiter les problèmes de transport. | Le groupe est en accord avec cette proposition  | Le groupe partage l'ambition de développer les produits locaux vendus en vrac. Il précise également que la promotion de l'approvisionnement local doit se faire au-delà du vrac. Les livrables des travaux du Conseil National de la Consommation en cours sur ce sujet pourront servir d'appui.  |  |
| Mieux transporter | Permettre aux enseignes d'un même secteur de se concerter pour grouper le transport de leurs produits  | Le groupe est en accord avec cette proposition<br>ET<br>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit) | Le groupe est favorable à cette proposition qui renvoie à des pratiques déjà existantes.  |  |

|   |   |  |  |   |
|---|---|--|--|---|
| <p>Mieux transporter</p>                | <p>Favoriser le transport par train et fluvial</p>  | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition ET Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>Le groupe est favorable au développement du transport par train et fluvial dans le cadre du développement du vrac et signale que cela renvoie à des pratiques existantes qui impliquent des difficultés techniques et organisationnelles. Des travaux spécifiques à cette thématique pourraient permettre d'identifier des pistes pour aller plus loin.</p>   | <p>Conduire des travaux complémentaires portant sur la manière de promouvoir le transport par train et par voie fluviale des denrées alimentaires destinées à la vente en vrac.</p> |
| <p>Mobilisation de tous les acteurs</p> | <p>Le développement du vrac ne peut reposer uniquement sur des efforts consentis par les consommateurs : les pouvoirs publics, les filières de production et de distribution doivent s'investir pleinement pour développer la vente en vrac. Ces préconisations doivent être réalisées le plus vite possible. Nous considérons que la coordination entre les différents protagonistes est indispensable pour rendre leurs actions respectives réellement efficaces.</p> | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition</p>  | <p>La CGAD rappelle que l'on ne part pas de zéro en la matière puisque la vente en vrac (entendue au sens de vente assistée de produits non préemballés) constitue la modalité de vente principale des commerçants alimentaires de proximité.</p> <p>Réseau Vrac indique que, au moment de l'élaboration du présent tableau, l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience comprend une disposition qui prévoit que l'action des pouvoirs publics tend à encourager la vente en vrac notamment en définissant un cadre réglementaire adapté, en prévoyant des expérimentations (pour lever dans la mesure du possible les freins à la vente en vrac de certains produits tels que le lait, les produits surgelés, les produits d'alimentation infantile, les compléments alimentaires) et en menant des actions de sensibilisation tant à destination des consommateurs que des professionnels concernés.</p> |   |

|                                       |  |  |   |  |
|---------------------------------------|--|--|---|--|
| <p>Rendre l'offre plus accessible</p> | <p>"Son développement doit passer par l'extension de l'offre du vrac non seulement aux produits alimentaires, mais aussi à des domaines avec une offre marginale aujourd'hui, comme les cosmétiques et les produits ménagers." (...)</p> <p>"L'offre du vrac, aujourd'hui, se limite principalement aux céréales et aux produits secs. Elle doit se développer en incluant d'autres produits alimentaires qui ne nécessitent pas d'emballages alimentaires."</p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition</p>  | <p>Le groupe est d'accord sur le principe de favoriser le développement de l'offre du vrac au sein de la gamme de produits alimentaires et au-delà mais signale quelques points de vigilance :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ce développement doit se faire dans le respect des règles en matière de sécurité sanitaire (CGAD), conformément à l'article L. 120-1 du code de la consommation qui dispose que tous les produits doivent pouvoir être vendus en vrac, sauf motifs de santé publique. A cet égard, le projet de loi Climat et Résilience prévoit, au moment de l'élaboration du présent tableau, dans son article 11 que l'action des pouvoirs publics tend à encourager la vente en vrac notamment en définissant un cadre réglementaire adapté, en prévoyant des expérimentations (pour lever dans la mesure du possible les freins à la vente en vrac de certains produits tels que le lait, les produits surgelés, les produits d'alimentation infantile, les compléments alimentaires) et en menant des actions de sensibilisation tant à destination des consommateurs que des professionnels concernés ;</li> <li>- Le suivi de ce développement doit pouvoir se faire sur la base d'une méthodologie robuste (indicateurs, périmètre d'application définis) (ANIA) et intégrant le fait que la vente en vrac en vente assistée de produits non préemballés existe depuis longtemps (CGAD) ;</li> <li>- Ce développement nécessite de lever certains freins réglementaires pour permettre la commercialisation de certains produits qui ne peuvent pas l'être aujourd'hui (FCD) ;</li> <li>- Il convient d'accompagner particulièrement les metteurs sur le marché dont dépend l'offre disponible en magasin (FCD) ;</li> <li>- La responsabilité du metteur sur le marché doit rester pleine et entière quel que soit le circuit de commercialisation (FCD).</li> </ul> <p>Ce point est abordé dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p> |  |
| <p>Rendre l'offre plus accessible</p> | <p>Il semble essentiel de développer une offre de produits en vrac conventionnelle pour permettre des prix raisonnables et comparables aux produits emballés.</p>  | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>Le groupe est favorable à cette proposition. Certains acteurs (CGAD, FCD et Réseau Vrac) signalent que cela existe déjà, notamment pour les commerces alimentaires de proximité, en grande distribution (dans le cadre de la vente assistée de produits non préemballés) et dans certains commerces spécialisés vrac en libre-service.</p>   |  |

|                                |  |  |  |   |
|--------------------------------|--|--|--|---|
| Rendre l'offre plus accessible | Faciliter l'usage du vrac pour les consommateurs et sa mise en place pour les acteurs de la chaîne   | Le groupe est en accord avec cette proposition | Des travaux sur les pratiques en matière d'achats de produits en vrac sont en cours et les résultats de ces travaux pourront être utiles au traitement de cette question. Pour le volet relatif à la facilitation de la mise en place du vrac pour les différents acteurs de la chaîne alimentaire, il conviendra d'aborder aussi la question de l'éco-conception des emballages intermédiaires (ADEME). | Conduire des travaux complémentaires portant sur la manière de faciliter l'usage du vrac (en s'appuyant sur les résultats des travaux de l'ADEME sur les pratiques) et la manière de faciliter la mise en place du vrac pour les différents acteurs de la chaîne alimentaire (en traitant également la question de l'éco-conception des emballages intermédiaires). |
| Rendre l'offre plus accessible | Rendre le vrac accessible et pratique pour tous : guider le consommateur   | Le groupe est en accord avec cette proposition | Il est notamment précisé que l'objectif de rendre le vrac plus pratique pour tous pourra être appuyé par la mise en place d'actions de sensibilisation auprès du consommateur.   |   |
| Rendre l'offre plus accessible | Il faut permettre à tout le monde d'avoir accès au vrac près de chez soi, même dans les zones rurales.   | Le groupe est en accord avec cette proposition | La CGAD signale que les commerces alimentaires de proximité constituent à ce titre une modalité de vente en vrac (au sens de vente assistée de produits non préemballés) qui est déjà bien présente en zones rurales.  |   |
| Rendre l'offre plus accessible | Mieux informer sur l'emplacement du vrac dans les grandes et moyennes surfaces : développer une partie du magasin dédiée au vrac, pour faciliter l'accès et l'ancrer dans les habitudes des consommateur·rices | Le groupe est en accord avec cette proposition | Cela renvoie à des pratiques déjà existantes et qui seront certainement amenées à se développer encore davantage dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.  |   |
| Rendre l'offre plus accessible | Rendre le vrac attractif et visible dans tous ses lieux de vente : plus grands rayons, moins confidentiels   | Le groupe est en accord avec cette proposition | Cela renvoie à des pratiques déjà existantes et des réflexions en cours qui seront certainement amenées à se développer encore davantage dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.  |   |

|                                |   |   |   |  |
|--------------------------------|---|---|---|--|
| Rendre l'offre plus accessible | Créer une application permettant de localiser les lieux de ventes en vrac à proximité de soi (notamment les petits commerces de proximité)  | Le groupe est en accord avec cette proposition ET Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit) | Le groupe est en accord avec cette proposition qui renvoie à des initiatives locales existantes (notamment pour ce qui est des commerces de proximité) ou des démarches plus globales qui sont en cours (notamment pour les magasins spécialisés dans la vente en vrac de produits alimentaires et non alimentaires).   |  |
| Rendre l'offre plus accessible | Le pouvoir d'achat et le prix passent avant tout : il faut rendre plus accessible la vente en vrac.   | Accord partiel du groupe sur cette proposition  | Le groupe est d'accord sur l'objectif de rendre plus accessible financièrement les produits vendus en vrac, mais la FCD s'interroge sur la manière d'y parvenir étant donné que le prix des produits dépend de multiples facteurs et que ce n'est pas parce qu'il y a moins d'emballages que les coûts sont moindres.   |  |
| Rendre l'offre plus accessible | Mettre en place un quota de développement des rayons de vente en vrac dans les grandes surfaces (comme pour les HLM dans une commune, ou les voitures électriques chez les constructeurs automobiles), qui augmenterait au fil des années | Accord partiel du groupe sur cette proposition  | Le groupe est d'accord sur cette proposition qui renvoie à une disposition prévue par le projet de loi Climat et Résilience dans la version débattue au moment où les travaux du CNA se tiennent. Le principe d'augmentation continue tel que proposé par les citoyens rencontrera forcément un plateau à un moment donné. Le suivi de cette augmentation devra être réalisé sur la base d'une méthodologie robuste et partagée (indicateurs, périmètre d'application). |  |
| Rendre l'offre plus accessible | Généraliser le vrac au-delà des produits bio et notamment en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) : imposer une surface minimum dédiée au vrac en GMS   | Le groupe est en accord avec cette proposition  | Le groupe est d'accord sur cette proposition qui renvoie à une disposition prévue par le projet de loi Climat et Résilience dans la version débattue au moment où les travaux du GC se tiennent. Le suivi de l'augmentation de la part dédiée au vrac dans les magasins devra être réalisé sur la base d'une méthodologie robuste et partagée (indicateurs, périmètre d'application).   |  |

|                                       |   |   |   |  |
|---------------------------------------|---|---|---|--|
| <p>Rendre l'offre plus accessible</p> | <p>Réduire la TVA des produits vendus en vrac pour inciter les consommateur-rices via le facteur prix</p>   | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>  | <p>Certains membres soulignent la difficulté de mettre en place cette proposition : cela exigerait une définition exacte du vrac et des produits concernés. D'autres alertent sur les risques de distorsion de la concurrence, réglementaires (ANIA) et d'atteinte aux principes d'équité (CGAD). Enfin, certains affirment que cela n'entraînera pas obligatoirement une baisse des prix, et que, si cela était le cas, il serait difficile de s'assurer que le bénéfice revienne aux consommateurs. D'autres solutions pourraient être plus efficaces : le développement des produits en vrac non bio et de la vente assistée.</p>  |  |
| <p>Rendre l'offre plus accessible</p> | <p>Proposer des offres de vrac en drive avec des contenants en consigne et donc un nettoyage assuré par le magasin</p>  | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>Il existe déjà des offres de vrac en drive mais celles-ci relèvent plutôt de la consigne dans la mesure où les consommateurs n'ont pas la possibilité de choisir la quantité exacte de produits achetés. Pour développer ces pratiques, il conviendrait de réfléchir à un système de consigne qui lui sera spécifique au cours de travaux dédiés à cette thématique. Il faudra également porter une attention sur la répartition de la responsabilité entre le fournisseur et le point de vente quant à l'approvisionnement du contenant réutilisable : celle-ci doit être justement répartie entre le point de vente et le fournisseur. Une vigilance doit être portée sur les possibles avantages et inconvénients de ces pratiques.</p> |  |
| <p>Rendre l'offre plus accessible</p> | <p>Généraliser le vrac au-delà des produits bio et notamment en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) : pallier l'incohérence entre produits emballés ou non</p> | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>  | <p>Le groupe partage l'ambition de généraliser le vrac au-delà des produits bio et notamment en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). Toutefois, il conviendrait de préciser davantage ce qui est entendu par "pallier l'incohérence entre produits emballés ou non". Une attention doit également être portée aux multiples enjeux de la mise en place du vrac (réglementaires, sanitaires, conservation, gaspillage, logistique, praticité, économique, etc.) et aux difficultés spécifiques de certaines filières.</p> <p>Cette proposition est discutée dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p>  |  |

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
| <p>Rendre l'offre plus accessible</p>                   | <p>Généraliser le vrac au-delà des produits bio et notamment en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) : adapter l'emballage pour qu'il ne soit pas en plastique par exemple</p>           | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>  | <p>Le groupe émet plusieurs points de vigilance sur l'adaptation des emballages afin d'éviter le plastique. Ce choix doit être établi à la lumière des avantages et inconvénients que présente l'alternative au plastique, ainsi que des difficultés spécifiques de certaines filières. Toute solution de réduction, de substitution ou de suppression doit être analysée et étudiée par les enseignes, en partenariat avec leurs fournisseurs.</p> <p>Cette proposition est abordée par la loi AGEC, et discutée dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p>   |  |
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Rendre le vrac accessible et pratique pour tous : adapter les différents formats de contenants pour différents usages (barquettes en carton pour les fraises, etc.), et volumes</p> | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>            | <p>Le groupe partage l'ambition de rendre le vrac accessible et pratique pour tous. La FCD indique toutefois que le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA.</p>  |  |
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Développer les alternatives en permettant aux consommateurs d'apporter leur propre contenant ou en développant la consigne</p>  | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>Il est déjà possible pour les consommateurs d'apporter leur propre contenant. L'ANIA alerte sur les enjeux de sécurité sanitaire et par extension sur la question de la responsabilité juridique en cas de contamination. Par ailleurs, comme mentionné précédemment, des précisions sont attendues de la part de l'administration et de la commission européenne sur les questions de responsabilité des distributeurs vrac en matière d'hygiène lorsque les clients apportent leurs propres contenants réutilisables. En ce qui concerne le développement de la consigne, la FCD estime que le circuit des contenants reste à imaginer.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA, et discuté dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p> |  |

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Rendre les rayons de vente en vrac plus attractifs : par exemple, en affectant plus de personnel aux rayons de vente en vrac, et en réintégrant la notion de service, avec des bénéfices sur le lien social et sur l'information des consommateur·rices.</p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Pour certains (Réseau vrac, CLCV, ZWF), le développement de la vente assistée au sein des rayons vrac constitue une piste intéressante tandis que d'autres alertent sur la faisabilité et la généralisation de cette mesure compte tenu des coûts de mise oeuvre, de l'espace nécessaire ou des modèles de vente (FCD, ANIA). La CGAD et la FCD rappellent par ailleurs que la proposition évoquée renvoie à de l'existant pour les commerces alimentaires de proximité et les rayons de vente assistée en GMS (dans le cadre de la vente assistée de produits non préemballés).</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA.</p>   |  |
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Encourager les enseignes de distribution, en particulier les grandes surfaces, à permettre et favoriser l'utilisation de contenants individuels apportés par les consommateur·rices</p>  | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>                  | <p>Les enseignes de distribution permettent déjà l'utilisation de contenants individuels apportés par les consommateurs. La DGCCRF rappelle qu'à ce titre, les établissements doivent disposer d'instruments permettant la pesée de tous les contenants. De son côté, l'ANIA alerte sur les enjeux de sécurité sanitaire et par extension sur la question de la responsabilité juridique en cas de contamination. Comme mentionné précédemment, des précisions sont attendues de la part de l'administration et de la commission européenne sur les questions de responsabilité des distributeurs vrac en matière d'hygiène lorsque les clients apportent leurs propres contenants réutilisables.</p> <p>Il est rappelé que l'article L. 112-9 du code de la consommation impose aux commerces de plus de 400 m<sup>2</sup> de mettre à la disposition des consommateurs des contenants réutilisables propres (prêts à l'emploi). Réseau Vrac précise que c'est une pratique courante dans les petits commerces spécialisés vrac.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA. Par ailleurs, la loi AGECE prévoit déjà cette possibilité pour les consommateur·rices, et ce point est discuté dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p> |  |

|   |  |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Rendre l'offre plus lisible pour les consommateur-rices : afficher par exemple dans tous les lieux de vente en vrac et de la même manière l'origine des produits, la marque, etc. Mettre en outre davantage en valeur les produits d'origine locale, issus par exemple de circuits courts</p> | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>L'objectif est partagé par le groupe, bien que la FCD et le Réseau Vrac soulignent que ces mesures sont déjà entreprises. De plus, l'Ademe et la CGAD soulignent une limite quant à la généralisation de ces pratiques puisqu'elles restent à la discrétion des professionnels.</p> <p>La CGAD suggère de respecter les obligations réglementaires déjà mises en place mais de ne pas en prévoir de nouvelles afin de ne pas alourdir les procédures. La FCD estime que l'origine des produits n'a pas de lien direct avec la vente en vrac.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA.</p> |   |
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>inciter les consommateur-rices à apporter leurs propres contenants individuels en obligeant les grandes et moyennes surfaces à mettre à disposition des balances avec la tare possible</p>  | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>La réglementation permet déjà de pouvoir apporter son propre contenant. Le groupe partage l'ambition de pouvoir mettre à disposition des balances dotées de la fonction tare au sein de tous les circuits vracs afin d'inciter les consommateurs à apporter leurs propres contenants individuels. La CGAD et l'ANIA émettent un point de vigilance sur la question de la responsabilité juridique en cas de contamination, notamment dans le cas de la vente assistée.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA.</p>   | <p>Accompagner l'ensemble de la filière vrac pour les questions de métrologie particulièrement posées dans la vente en vrac en libre-service.</p> |
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Mettre en place un système d'achat ou de consigne de contenants réutilisables, pour éviter l'utilisation de sachets en carton.</p>  | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>Plusieurs membres du groupe s'accordent sur cette proposition (ZWF, CLCV et Réseau Vrac). L'ANIA souligne un enjeu de faisabilité en matière de logistique.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA. Par ailleurs, la loi AGECE prévoit déjà une mise en œuvre éventuelle d'un ou plusieurs dispositifs de consigne pour recyclage et réemploi.</p>   |   |

|   |  |  |   |  |
|---|--|--|---|--|
| <p>Renforcer l'attractivité et la praticité du vrac</p> | <p>Bonifier l'usage par les consommateur-rices de contenants personnels réutilisables avec des réductions de prix</p>  | <p>Cela existe déjà<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>                         | <p>Plusieurs membres du groupe s'accordent sur cette proposition (ZWF, CLCV et Réseau Vrac). Toutefois, d'autres rappellent que cela existe déjà chez certains artisans (CGAD) et soulignent plusieurs limites quant à la généralisation (CGAD, Ademe) de cette mesure. L'ANIA apporte une vigilance particulière à l'enjeu de sécurité sanitaire et à la question de la responsabilité juridique en cas de contamination. La FCD estime que cela paraît difficilement réalisable en raison du coût du sachet à usage unique (très faible). L'ADEME suggère que ce choix reste à la discrétion des professionnels en fonction de leur offre et de leur stratégie commerciale.</p> <p>Ce point est abordé dans l'avis 88 du CNA.</p> |  |
| <p>Sensibiliser les publics</p>                         | <p>Informier davantage les consommateur-rices sur l'existence de la vente en vrac, et les sensibiliser sur les bienfaits du vrac en travaillant sur les habitudes et les consciences</p> | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition</p>  | <p>Le groupe partage l'objectif d'informer davantage les consommateurs sur l'existence de la vente en vrac, et de les sensibiliser sur les bienfaits du vrac en travaillant sur les habitudes et les consciences. L'ADEME appelle toutefois à la vigilance sur des termes employés comme "bienfaits du vrac", et propose plutôt d'expliquer aux consommateurs les bonnes pratiques du vrac pour aller dans le sens du plus vertueux.</p> <p>Ce point est discuté dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience et abordé dans l'avis 88 du CNA.</p>   |  |
| <p>Sensibiliser les publics</p>                         | <p>Développer des campagnes de publicité [sur le vrac]</p>   | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>Le groupe rappelle l'existence de campagnes de publicité sur le vrac, mais partage l'ambition d'amplifier celles-ci "avec les bons messages et les bonnes pratiques favorisant le caractère vertueux du vrac".</p> <p>Ce point est discuté dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience et abordé dans l'avis 88 du CNA.</p>  |  |

|                                 |   |  |  |  |
|---------------------------------|---|--|--|--|
| <p>Sensibiliser les publics</p> | <p>Mettre en place des actions de sensibilisation aux bienfaits du vrac directement dans les points de vente en vrac : organiser par exemple, une semaine du vrac au niveau national avec des animateur-rices disponibles dans les magasins pour renseigner les client-es, sur le modèle de la semaine du goût.</p>   | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>Le groupe rappelle l'existence d'actions de sensibilisation aux bienfaits du vrac déjà mises en place au sein des points de vente en vrac, mais partage l'ambition d'amplifier ces interventions et de cibler davantage les messages et pratiques recommandées.</p> <p>Ce point est discuté dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience.</p>  |  |
| <p>Sensibiliser les publics</p> | <p>Mettre en place des actions de sensibilisation dans les écoles, collèges et lycées : par exemple en organisant des actions communes de sensibilisation sur les impacts environnementaux du suremballage et sur les bienfaits de la vente en vrac ; des animations couplant achat de produits alimentaires en vrac et ateliers de cuisine de ces produits ; sensibiliser aussi les encadrant-es (enseignant-es, animateur-rices...). Pour le financement de ces actions, mettre en place des appels à projets financés par l'Etat (sur le modèle du PDASR = plan départemental d'action et de sécurité routière).</p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition</p>  | <p>Le groupe partage l'ambition de mettre en place des actions de sensibilisation dans les écoles, collèges et lycées, et souligne que cela devrait s'intégrer dans un programme plus large sur les thématiques environnementales, par exemple en l'incluant dans le volet éducation civique. Ces actions de sensibilisation doivent se faire dès le plus jeune âge afin d'atteindre l'objectif de démocratisation et de modification de l'échelle de la vente en vrac.</p> <p>Ce point est discuté dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience.</p> |  |

|                                 |  |   |  |  |
|---------------------------------|--|---|--|--|
| <p>Sensibiliser les publics</p> | <p>Inclure des contenus de sensibilisation sur les bienfaits du vrac dans les manuels scolaires.</p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition</p> | <p>Le groupe partage l'ambition d'inclure des contenus de sensibilisation sur les bienfaits du vrac dans les manuels scolaires, mais signale que cela devrait s'intégrer dans un programme plus large sur les thématiques environnementales. Ces actions de sensibilisation doivent se faire dès le plus jeune âge afin d'atteindre l'objectif de démocratisation et de modification de l'échelle de la vente en vrac.</p> <p>Ce point est par ailleurs discuté dans le cadre de l'article 11 du projet de loi Climat et Résilience.</p> |  |
|---------------------------------|--|---|--|--|

## Annexe 7 - Réponse du groupe de concertation aux propositions citoyennes portant sur la sobriété en emballages alimentaires

| CATÉGORIE | PROPOSITION D'ACTION  | RÉPONSE DU GC   | COMMENTAIRES   | PISTES DE RECOMMANDATIONS ASSOCIÉES   |
|-----------|---|---|--|---|
| Autre     | Développer davantage les alternatives déjà existantes au plastique et d'encourager la recherche pour identifier de nouvelles alternatives en matériaux viables, pour permettre la proscription des matériaux dangereux pour la planète, notamment le plastique. | Accord partiel du groupe sur cette proposition<br>ET<br>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)   | Le groupe rappelle les efforts entrepris par les différents acteurs de la chaîne alimentaire tout en partageant l'ambition d'aller plus loin dans le développement des alternatives au plastique. L'ADEME souligne que la question de la dangerosité doit être évaluée en prenant en compte toutes les substances utilisées dans l'emballage et non uniquement le matériau principal. Le groupe nuancerait ainsi les termes "matériaux viables" et "dangereux pour la planète" compte tenu de la réglementation existante. | Développer la recherche pour identifier de nouvelles alternatives au plastique en matériaux à moindre impact environnemental, notamment pour la restauration en milieu hospitalier où l'usage unique est privilégié pour certains usages. |
| Autre     | S'assurer de conserver la fonctionnalité des emballages, leur praticité au quotidien.<br><i>Ces propositions doivent être rendues possibles / mises en œuvre dans une maîtrise des coûts</i>  | Le groupe est en accord avec cette proposition<br>ET<br>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner | Le groupe indique qu'il convient de s'interroger sur la pertinence de chacune des fonctionnalités des emballages en distinguant les fonctionnalités principales (notamment la conservation de l'intégrité du produit en lien avec la réduction du gaspillage alimentaire et la sécurité sanitaire) et les fonctionnalités complémentaires (dont la praticité) . Pour pouvoir aller plus loin sur cette proposition, il serait nécessaire de disposer de davantage de précisions.   |   |

|                               |  |   |  |  |
|-------------------------------|--|---|--|--|
| <p>Développer la consigne</p> | <p>Développer les alternatives en permettant aux consommateurs d'apporter leur propre contenant ou en développant la consigne</p>  | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>La réglementation permet déjà au consommateur de pouvoir apporter son contenant. Le groupe rappelle toutefois qu'il est nécessaire d'avoir des éclairages (de la part de l'administration et de la Commission européenne) sur les questions de responsabilité des professionnels en matière d'hygiène lorsque les clients apportent leurs propres contenants.</p>   | <p>- Former et informer les consommateurs sur les bonnes pratiques en matière de réemploi afin qu'ils puissent apporter leur propre contenant ou avoir recours à la consigne.</p> <p>- Conduire des travaux pour mieux éclairer le rôle et les responsabilités de tous les acteurs sur les enjeux sanitaires liés au développement du vrac et du réemploi.</p> |
| <p>Développer la consigne</p> | <p>Réfléchir à la bonne échelle d'action pour porter la mise en place de la consigne (engagement volontaire ou réglementaire ?) et au rôle des acteurs (collectivités ? grandes surfaces ?). Ce portage doit se faire avec plusieurs points de vigilance (sanitaires, environnementaux).</p> | <p>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>  | <p>Plusieurs membres du groupe s'accordent sur cette proposition (CLCV, Familles Rurales) et ajoutent une vigilance sur les enjeux économiques (ADEME). Certains insistent sur la nécessité de développer des engagements sur la base du volontariat (CGAD), tandis que d'autres préconisent la mise en place d'obligations afin de pouvoir atteindre un objectif de changement d'échelle dans le développement de la consigne pour réemploi (ZWF).</p> <p>Cette proposition est abordée par la loi AGEC, et discutée dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p> |  |

|                               |  |   |   |  |
|-------------------------------|--|---|---|--|
| <p>Développer la consigne</p> | <p>L'essor du vrac peut aussi être l'occasion de remettre au goût du jour la consigne, pour encourager le réemploi des emballages alimentaires</p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p>     | <p>Le groupe précise que la consigne n'est qu'une modalité de financement. Le réemploi peut être favorisé soit par la consigne, soit par d'autres modalités (incitation, échange ...). Le réemploi ne présente pas toujours des bénéfices environnementaux en particulier en fonction de critères comme la distance, l'optimisation de la logistique ou le lavage.</p> <p>Le groupe partage l'ambition d'encourager le réemploi et la consigne (avec, pour la CGAD, la précision que le recours à la consigne doit être un choix laissé à la discrétion du professionnel). Le groupe rappelle également que des expérimentations sont en cours et des réflexions doivent être lancées au sein d'instances dédiées (en particulier le futur observatoire du réemploi et de la réutilisation).</p> <p>La FCD rappelle la nécessité de distinguer consigne pour recyclage et consigne pour réemploi, étant donné que leurs impacts sont différents. Concernant la consigne pour le réemploi, des spécificités sont également à prendre en compte en fonction du type de matériau (verre ou non).</p> <p>Cette proposition est abordée par la loi AGECE (consigne pour recyclage et réemploi), et discutée dans le cadre du projet de loi Climat et Résilience.</p> | <p>Conduire des travaux sur la question du réemploi au sein d'instances dédiées, comme le futur observatoire du réemploi et de la réutilisation, en prenant en compte les enjeux sanitaires, environnementaux, pratiques, logistiques, économiques, etc.</p> |
| <p>Développer la consigne</p> | <p>Tous responsables : re développer la consigne</p>   | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p> | <p>Le groupe partage globalement l'ambition de développer la consigne pour réemploi. Les mesures concrètes associées à cette proposition doivent être détaillées.</p>   |  |

|                               |   |  |  |  |
|-------------------------------|---|--|--|--|
| <p>Développer la consigne</p> | <p>Développer la communication [...] et l'éducation sur la consigne (notamment sur l'aspect financier et environnemental)</p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition</p>  | <p>Le groupe considère que des actions d'éducation et de sensibilisation sur le réemploi (et non la consigne spécifiquement) sont à conduire mais doivent s'intégrer dans un programme de sensibilisation plus large aux enjeux environnementaux. Par ailleurs, les actions d'éducation portant spécifiquement sur le réemploi pourront être engagées lorsque les décisions issues des travaux en cours sur la consigne pour réemploi auront été prises.</p> <p>Cette question de la sensibilisation au réemploi est abordée dans l'article 24 de la loi AGECC.</p>              |  |
| <p>Développer la consigne</p> | <p>Faciliter l'usage de la consigne pour tous les acteurs : standardisation de l'emballage pour la consigne</p>               | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p>                      | <p>Cette proposition est abordée par la loi AGECC, et fait l'objet de travaux menés par Citeo en concertation avec les professionnels concernés.</p> <p>ZWF s'est exprimé en faveur de la standardisation des contenants, rappelant que cela constitue l'un des moyens de massifier le réemploi et permettrait de limiter notamment les transports. D'autres membres rappellent que la standardisation risquerait de diminuer l'attractivité des produits (Familles Rurales) et qu'il convient de maintenir une diversité en lien avec les spécificités des produits (CGAD).</p> |  |
| <p>Développer la consigne</p> | <p>Faciliter l'usage de la consigne pour tous les acteurs : mise en place de points de dépôt automatisés</p>                  | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>Le groupe partage l'ambition de mettre en place des points de dépôt automatisés dans le cas de la consigne pour réemploi. Pour aller plus loin, il conviendrait de conduire des travaux pour définir les solutions les plus pertinentes en fonction des lieux et des acteurs concernés étant donné que les points de reprises automatisées ne sont pas toujours les moyens les plus adaptés (coût, espace occupé, stockage, etc.) par rapport à une reprise manuelle.</p>   |  |

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
| <p>Développer la consigne</p>               | <p>Faciliter l'usage de la consigne pour tous les acteurs : accompagnement de la grande distribution dans cette transition</p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>            | <p>Le groupe partage l'idée selon laquelle un accompagnement des acteurs de la chaîne alimentaire (dont la grande distribution mais pas uniquement) est nécessaire pour aller plus loin dans le développement de la consigne. Des débats sur le sujet du développement de la consigne pour réemploi sont à poursuivre au sein d'instances dédiées.</p>   |  |
| <p>Développer la consigne</p>               | <p>Développer l'incitation sur la consigne</p>   | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>  | <p>Le groupe aurait besoin de savoir de quel type d'incitation il est question pour pouvoir se positionner.</p>  |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Favoriser les enseignes de distribution qui optent pour une distribution anti-gaspillage</p>                                | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p> | <p>Le groupe aurait besoin de savoir ce que recouvre concrètement cette proposition pour pouvoir se positionner. De nombreuses actions sont actuellement mises en place par les enseignes de distribution pour lutter contre le gaspillage alimentaire. La loi AGEC a par ailleurs instauré la mise en place d'un label anti gaspillage alimentaire. Des travaux sont en cours à ce sujet.</p> |  |

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Inciter le consommateur, qui a un rôle à jouer : mise en place d'une fiscalité incitative pour réduire la consommation d'emballages</p>  | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner ET Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Le groupe aurait besoin de savoir de quels types de mesures fiscales il est question pour pouvoir se positionner. Il précise d'ores et déjà quelques points de vigilance sur le sujet : caractère équitable de la mesure, contexte où le cadre fiscal est déjà compliqué, etc.</p> <p>Plutôt que le levier de la taxation et pour atteindre l'objectif d'agir à la fois sur le consommateur et le producteur, l'ADEME cite en particulier la piste du renforcement de l'internalisation des coûts environnementaux au travers des contributions et des primes et pénalités prévus dans les REP (responsabilité élargie du producteur).</p>   |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Réglementer : imposer certains emballages et en interdire d'autres (ceux qui produisent du suremballage et ceux qui sont nocifs pour la santé et l'environnement).<br/><i>Ces propositions doivent être rendues possibles / mises en œuvre dans une maîtrise des coûts</i></p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit) ET Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>       | <p>Les matériaux en contact avec les aliments sont réglementés au niveau européen dans un objectif de garantie de la sécurité sanitaire des consommateurs. S'il est prouvé qu'un emballage est nocif, il doit être retiré du marché. Si un emballages présente des impacts important sur l'environnement, il doit en supporter les surcoûts (notamment au travers de sa contribution à la REP - Responsabilité élargie du Producteur). Selon FNE, une information plus poussée sur les risques liés à certains emballages en plastique ou contenant du plastique doit être faite.</p> <p>Concernant l'idée d'imposer certains types d'emballages, le groupe aurait besoin d'avoir plus de précisions pour pouvoir se positionner (comment ? quoi ?) et rappelle les principes de vigilance déjà évoqués sur le sujet de la fiscalité. Certains rappellent par ailleurs que le choix des emballages se fait au regard des fonctionnalités recherchées.</p> |  |

|   |   |   |  |  |
|---|---|---|--|--|
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Sanctionner / primer les comportements de production et de consommation. Certaines collectivités organisent déjà des impôts en fonction du poids des ordures pour inciter à consommer moins ; pour l'électroménager, il y a une taxe pour le recyclage, qui pourrait être mise en place pour les emballages alimentaires. Lorsque les alternatives existent mais qu'elles ne sont pas utilisées, des sanctions sont envisageables pour les consommateur·rices et pour les entreprises.</p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Certains membres se posent en faveur de cette proposition (ZWF, FNE) considérant que le levier l'incitation/sanction financière est un moteur de changement efficace tandis que d'autres (les représentants des professionnels, Familles Rurales) appellent à privilégier une approche positive de la transition impliquant d'autres leviers d'actions que celui de la fiscalité (pour les raisons évoquées plus haut). Il est par ailleurs rappelé les dispositifs existants (Responsabilité Elargie du Producteur notamment) qui au travers de la contribution constituent déjà des dispositifs financiers qui pourrait être renforcés (ADEME).</p> |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Tous responsables : il faut inciter et/ou taxer les pratiques vertueuses / non vertueuses. Rôle très important des décideurs et des producteurs</p>  | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Le groupe rappelle les éléments évoqués ci-dessus sur les questions de fiscalité.</p>   |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p> | <p>Inciter : mettre en place des actions incitatives pour des professionnels (baisse des taxes pour les acteurs qui s'engagent contre le suremballage).</p>   | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Le groupe rappelle les arguments cités plus haut et propose d'avoir recours à la notion de "juste emballage" plutôt qu'à celle de suremballage.</p>   |  |

|   |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p>     | <p>Accompagner les petits producteurs : alléger les taxes, etc.</p>  | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner<br/>ET<br/>Cette proposition fait l'objet d'un dissensus au sein du groupe</p> | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions pour pouvoir se positionner sur cette proposition qui génère en premier lieu plutôt un dissensus. Les arguments concernant la fiscalité sont rappelés et la FCD s'interroge sur la pertinence de distinguer les entreprises selon leur taille.</p>   |  |
| <p>Inciter / sanctionner financièrement</p>     | <p>Inciter : mettre en place des actions incitatives pour le consommateur (bons d'achat en échange des emballages usagés rapportés en magasin)</p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>       | <p>Cette proposition renvoie à la thématique de la gratification qui est une modalité pour inciter à la collecte. Il conviendrait de disposer de davantage de précisions sur cette proposition pour que les membres puissent se positionner.<br/>Il est par ailleurs rappelé que de tels dispositifs existent déjà et que ceux-ci doivent rester volontaires compte tenu des coûts associés pour les entreprises et de leur cohérence vis-à-vis du système de tri et de collecte des collectivités locales.</p> |  |
| <p>Mieux gérer la fin de vie de l'emballage</p> | <p>Créer / montrer des alternatives : créer des recycleries</p>  | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>  | <p>Le groupe est a priori ouvert à l'idée de créer des recycleries mais signale que cette proposition n'a pas de lien apparent avec le sujet des emballages alimentaires.</p>   |  |

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
| <p>Mieux gérer la fin de vie de l'emballage</p> | <p>Créer / montrer des alternatives : développer le recyclage chez les distributeurs (centres de dépôt automatisés, etc.)</p>  | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>La loi AGEC prévoit un certain nombre de dispositions en lien avec cette proposition (obligation de mise à disposition de bacs de tri sélectif pour récupérer les déchets d'emballages issus des produits achetés dans les établissements de vente au détail de plus de 400 mètres carrés proposant en libre-service des produits alimentaires et de grande consommation). Concernant les points de reprise automatisés, il conviendrait de conduire des travaux afin de définir les solutions les plus pertinentes en fonction des lieux et des acteurs concernés étant donné que les points de reprises automatisées ne sont pas toujours les moyens les plus adaptés (coût, espace occupé, stockage, etc.) par rapport à une reprise manuelle.</p> |  |
| <p>Mieux gérer la fin de vie de l'emballage</p> | <p>Diminuer les emballages alimentaires, favoriser le traitement des emballages alimentaires et la recherche de nouveaux matériaux pour qu'ils soient plus durables. Les contributions payées aux éco-organismes (comme CITEO) en vertu de la responsabilité élargie du producteur (REP) pourraient financer la recherche.</p> | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>  | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition et indique par ailleurs que les éco-organismes financent déjà de la recherche et développement (1,5 % des contributions perçues) dont une partie est dédiée au sujet de l'écoconception.</p>   |  |
| <p>Mieux gérer la fin de vie de l'emballage</p> | <p>Être en mesure de traiter, recycler ou réutiliser tous les emballages. Dans le cas contraire, les consommateurs devraient être informés du sort des emballages.</p>   | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>  | <p>Le groupe est en accord avec le principe de cette proposition et rappelle que la loi AGEC prévoit notamment à ce titre :<br/>- la recyclabilité de tous les emballages d'ici 2025<br/>- le renforcement de l'information du consommateur pour faciliter les gestes de tri<br/>Il conviendrait par ailleurs de diffuser plus largement les informations relatives à la part d'emballages qui est effectivement recyclée.</p>   |  |

|                       |  |  |   |  |
|-----------------------|--|--|---|--|
| <p>Mieux informer</p> | <p>Indiquer sur l’emballage des informations concernant le cycle de vie et la dangerosité de l’emballage (par exemple “je peux être recyclé une seule fois”, “je ne suis pas recyclable”).</p>           | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>Le groupe partage l'idée de renforcer l'information du consommateur sur les questions de recyclabilité et de réemploi. Il rappelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- que des travaux sont en cours sur ce sujet notamment via les expérimentations en matière d'affichage environnemental (qui ne porte pas que sur l'emballage),</li> <li>- que l'article 13 de la loi AGEC prévoit des dispositions allant dans le sens d'une meilleure information du consommateur sur les qualités et les caractéristiques environnementales dont les questions de recyclabilité et de réemploi</li> <li>- la nécessité d'une concision des informations portées à la connaissance des consommateurs (pour éviter la confusion, privilégier une approche intégrative et garantir leur clarté)</li> <li>- la question de qui est responsable de la transmission de ces informations doit être précisée</li> <li>- le terme de dangerosité devra être précisé dans la mesure où un emballage considéré comme dangereux ne peut être mis sur le marché</li> </ul> <p>Certains représentants (CGAD) précisent par ailleurs être contre un dispositif obligatoire.</p> |  |
| <p>Mieux informer</p> | <p>Mettre en place un indice de recyclabilité et de réemploi, permettant d'éclairer le choix<br/><i>Ces propositions doivent être rendues possibles / mises en œuvre dans une maîtrise des coûts</i></p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p> | <p>Le groupe partage l'idée de renforcer l'information du consommateur sur les questions de recyclabilité et de réemploi. Il rappelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- que des travaux sont en cours sur ce sujet notamment via les expérimentations en matière d'affichage environnemental (qui ne porte pas que sur l'emballage),</li> <li>- que l'article 13 de la loi AGEC prévoit des dispositions allant dans le sens d'une meilleure information du consommateur sur les qualités et les caractéristiques environnementales dont les questions de recyclabilité et de réemploi</li> <li>- la nécessité d'une concision des informations portées à la connaissance des consommateurs (pour éviter la confusion, privilégier une approche intégrative et garantir leur clarté)</li> <li>- la nécessité de clarifier qui est responsable de la transmission de ces informations</li> </ul> <p>Certains représentants (CGAD) précisent par ailleurs être contre un dispositif obligatoire.</p>   |  |

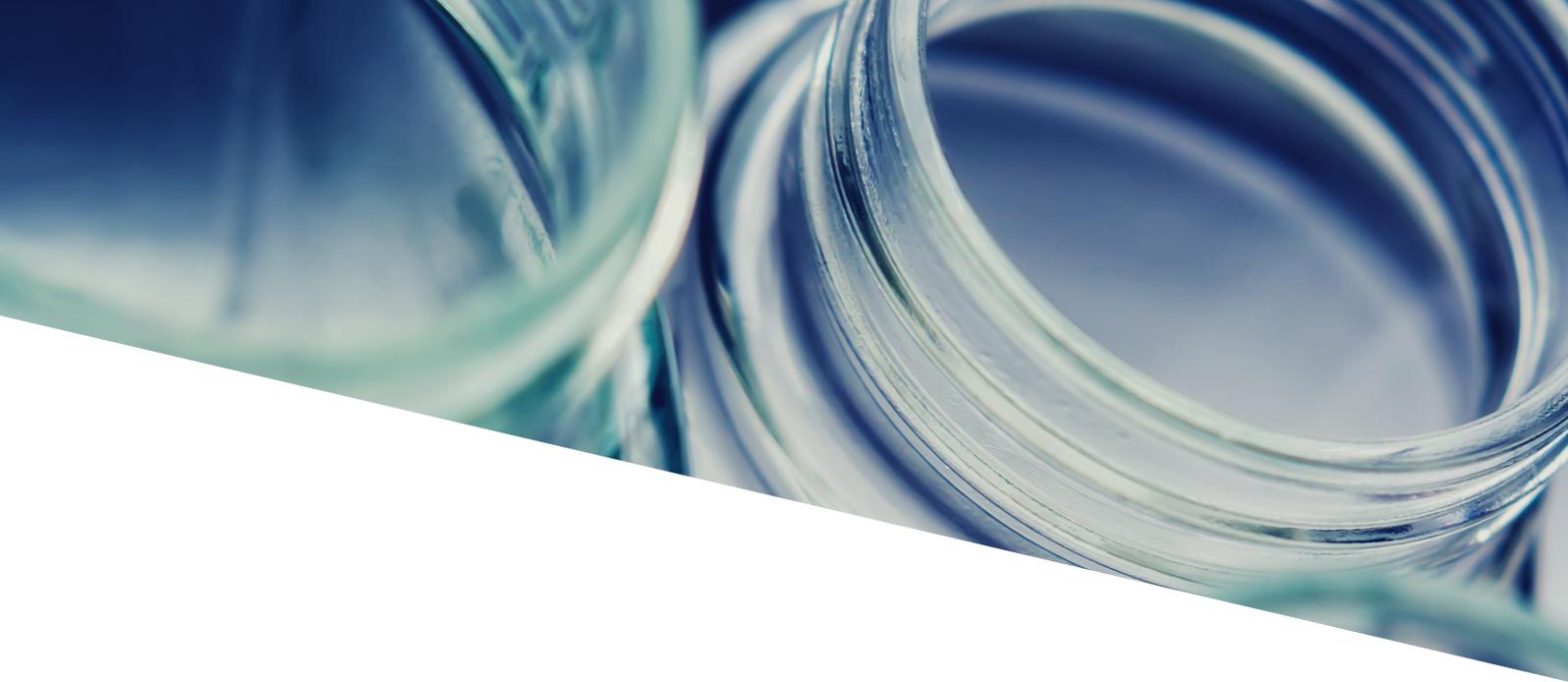
|                       |   |   |  |   |
|-----------------------|---|---|--|---|
| <p>Mieux informer</p> | <p>Rendre visible l'impact environnemental de l'emballage à travers un code de dangerosité présent sur l'emballage.</p> | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>  | <p>Le groupe partage l'idée de renforcer l'information du consommateur sur les questions de recyclabilité et de réemploi. Il rappelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- que des travaux sont en cours sur ce sujet notamment via les expérimentations en matière d'affichage environnemental (qui ne porte pas que sur l'emballage),</li> <li>- que l'article 13 de la loi AGECE prévoit des dispositions allant dans le sens d'une meilleure information du consommateur sur les qualités et les caractéristiques environnementales dont les questions de recyclabilité et de réemploi</li> <li>- la nécessité d'une concision des informations portées à la connaissance des consommateurs (pour éviter la confusion, privilégier une approche intégrative et garantir leur clarté)</li> <li>- la question de qui est responsable de la transmission de ces informations doit être précisée</li> <li>- le terme de dangerosité devra être précisé dans la mesure où un emballage considéré comme dangereux ne peut être mis sur le marché</li> </ul> <p>Certains représentants (CGAD) précisent par ailleurs être contre un dispositif obligatoire.</p> |   |
| <p>Mieux informer</p> | <p>Réunifier les pictogrammes à destination des consommateurs et simplifier la communication</p>                        | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p> | <p>Le groupe aurait besoin de savoir plus précisément de quels pictogrammes il est question pour pouvoir se positionner et rappelle que des dispositions allant dans le sens d'une clarification de la communication sont prévues par la loi AGECE.</p>  | <p>Mener une campagne de communication sur les logos, en particulier sur le Triman.</p> |

|                          |   |   |   |  |
|--------------------------|---|---|---|--|
| <p>Mieux réglementer</p> | <p>Réglementer : imposer certains emballages et en interdire d'autres (ceux qui produisent du suremballage et ceux qui sont nocifs pour la santé et l'environnement).<br/><i>Ces propositions doivent être rendues possibles / mises en œuvre dans une maîtrise des coûts</i></p> | <p>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)<br/>ET<br/>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p> | <p>Le groupe rappelle les éléments évoqués ci-dessus sur les questions de réglementation.</p>   |  |
| <p>Mieux réglementer</p> | <p>Accompagner les petits producteurs : aménager la législation pour la rendre plus facile d'accès</p>  | <p>Le groupe aurait besoin de plus de précisions quant à cette proposition pour pouvoir se positionner</p>  | <p>Le groupe aurait besoin de savoir ce qui est précisément entendu par "aménager la législation" pour pouvoir se positionner. De manière générale, il est important que les connaissances et les bonnes pratiques soient diffusées dans toutes les entreprises. C'est ce que font l'ADEME par exemple, mais également Citeo (appels à projets, webinaires...). D'autres moyens peuvent être imaginés pour cibler les plus petites entreprises, mais la réglementation doit être la même pour tous, au risque sinon d'une moins disance environnementale ou sanitaire.</p>                  |  |
| <p>Mieux réglementer</p> | <p>Partir du principe que le meilleur emballage est celui qui n'existe pas : responsabiliser, réglementer et sanctionner financièrement le suremballage, l'interdire et mettre la pression plutôt sur les grands groupes</p>  | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>  | <p>Le groupe rappelle que, selon les usages ou les produits, les emballages alimentaires peuvent comporter des fonctionnalités essentielles, et qu'il convient de réfléchir au "juste emballage". Certains membres rappellent par ailleurs que la législation évolue de manière importante, ainsi que les initiatives volontaires, notamment de la part de grands groupes.<br/>L'article 72 de la loi AGECE prévoit la mise à disposition des consommateurs en 2022 d'un dispositif de signalement par voie électronique pour qu'ils puissent signaler les produits jugés suremballés".</p> |  |

|   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| <p>Mieux transporter</p>                | <p>Créer / montrer des alternatives : mettre en place un transport en commun aménagé pour faciliter le transport des courses</p>  | <p>Accord partiel du groupe sur cette proposition<br/>ET<br/>Cette proposition représente une piste à creuser dans des travaux spécifiques sur la thématique</p> | <p>Le groupe est globalement d'accord, une telle proposition pouvant faire partie des solutions à imaginer, parmi d'autres, sur lesquelles des travaux complémentaires seraient à mener. L'ADEME précise que la problématique des flux de personnes transportées par type de transport, est aussi à prendre en compte.</p> |  |
| <p>Mobilisation de tous les acteurs</p> | <p>L'effort de lutte contre le suremballage alimentaire doit être collectif, il doit concerner tous les niveaux de la chaîne : production, distribution, consommation. Cela concerne aussi les collectivités et l'Etat, qui ont un rôle à jouer dans la gestion de l'impact environnemental des emballages et des déchets</p> | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition</p>  | <p>Le groupe partage le besoin d'impliquer l'ensemble des acteurs concernés. Il rappelle qu'il est préférable de travailler sur la notion de juste emballage, plutôt que suremballage.</p>   |  |
| <p>Mobilisation de tous les acteurs</p> | <p>Tous responsables : l'action du consommateur n'est pas suffisante. Limiter les emballages partout où cela est possible</p>   | <p>Le groupe est en accord avec cette proposition<br/>ET<br/>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit)</p>                                       | <p>Le groupe partage cette proposition.<br/>Le décret dit "3R" issu de la loi AGECE prévoit notamment "l'objectif de tendre vers une réduction de 100% des emballages en plastique à usage unique inutiles" pour le 31 décembre 2025.</p>  |  |

|                                |   |  |  |  |
|--------------------------------|---|--|--|--|
| Rendre l'offre plus accessible | Inciter le consommateur, qui a un rôle à jouer : élargissement de l'offre vers des produits plus vertueux en termes d'emballages  | Le groupe est en accord avec cette proposition | Le groupe partage cette proposition, en tenant compte des différents enjeux mentionnés plus haut (environnementaux, techniques, réglementaires, sanitaires, économiques, commerciales...).   |  |
| Sensibiliser les publics       | Sensibilisation : informer et éduquer sur les gestes de tri et de recyclage   | Le groupe est en accord avec cette proposition | Le groupe est globalement en accord avec cette proposition et rappelle l'importance d'inscrire les actions éducatives dans un programme plus large sur les questions environnementales.  |  |
| Sensibiliser les publics       | Il est essentiel de sensibiliser les publics aux solutions qui permettent d'encourager la sobriété des emballages alimentaires : les jeunes, à travers l'école, comme à tout âge. Pour cela, il faut faire davantage connaître la réglementation, les conséquences de certains matériaux sur l'environnement et sur la santé, ainsi que les bonnes pratiques qui existent en France et dans d'autres pays (par exemple la consigne des canettes au Québec). | Accord partiel du groupe sur cette proposition | Le groupe partage cette proposition. Cette éducation doit s'intégrer dans un programme plus large sur les questions environnementales. L'ADEME précise que concernant le réemploi cette éducation ne doit pas porter que sur la consigne. Ce point est abordé dans l'article 24 de la loi AGECE. |  |
| Sensibiliser les publics       | Sensibilisation : rôle des médias pour sensibiliser à l'importance du tri et aux impacts des emballages alimentaires (environnementaux notamment)   | Le groupe est en accord avec cette proposition |  |  |

|                          |   |   |   |  |
|--------------------------|---|---|---|--|
| Sensibiliser les publics | Sensibilisation : sensibiliser les enfants notamment à l'école  | Accord partiel du groupe sur cette proposition<br>ET<br>Cela existe déjà (exemple : la réglementation le prévoit) | Le groupe rappelle que des actions de sensibilisation existent déjà, notamment en restauration scolaire, et partage l'ambition de la proposition, en l'incluant dans un cadre plus large d'éducation sur les questions environnementales. |  |
| Sensibiliser les publics | Sensibiliser : développer des actions de sensibilisation du consommateur sur les emballages et le recyclage, dès le plus jeune âge, en s'appuyant sur les structures de solidarité locales et la collaboration au plus près des quartiers | Accord partiel du groupe sur cette proposition  | Certains membres (ZWF) précisent qu'il faudrait avant tout développer des actions de sensibilisation sur la réduction et le réemploi.   |  |
| Sensibiliser les publics | Sensibiliser les consommateurs au suremballage  | Accord partiel du groupe sur cette proposition  | Le groupe partage, en rappelant qu'il est préférable de travailler sur la notion de juste emballage, plutôt que suremballage.   |  |
| Sensibiliser les publics | Développer la communication [...] et l'éducation sur la consigne (notamment sur l'aspect financier et environnemental)  | Accord partiel du groupe sur cette proposition  | Le groupe rappelle les éléments évoqués ci-dessus portant sur les actions d'éducation et de sensibilisation sur le réemploi.  |  |



**CONSEIL NATIONAL DE L'ALIMENTATION**

251 RUE DE VAUGIRARD  
75015 PARIS CEDEX 15

[WWW.CNA-ALIMENTATION.FR](http://WWW.CNA-ALIMENTATION.FR)  
[@CNA\\_ALIM](https://twitter.com/CNA_ALIM)



**MINISTÈRE  
DE LA TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**MINISTÈRE  
DES SOLIDARITÉS  
ET DE LA SANTÉ**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**MINISTÈRE  
DE L'ÉCONOMIE,  
DES FINANCES  
ET DE LA RELANCE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



**MINISTÈRE  
DE L'AGRICULTURE  
ET DE L'ALIMENTATION**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

